

Meer lokaal nieuwsaanbod, meer van hetzelfde nieuws

Nederlanders kunnen gemiddeld kiezen uit 29 nieuwsmedia met lokaal nieuws; 40% daarvan brengt zelfgeproduceerd nieuws, online domineren aggregatiewebsites. Online initiatieven ontstaan vaak in gebieden waar al relatief veel media zijn. In Friesland en Groningen zijn relatief veel media; in Flevoland en Zeeland veel minder. Hoe meer inwoners een gemeente heeft, hoe meer lokale media er te vinden zijn.

Inleiding

Wie kijkt naar de ontwikkelingen op lokaal mediagebied in Nederland ziet twee tegengestelde bewegingen. Lokale nieuwsvoorziening staat onder druk. De regionale dagbladoplage is met 30% gedaald, van 1,9 miljoen in 2000 naar 1,3 miljoen in 2012 en de concurrentie neemt af. In 2000 woonde 35% van de Nederlanders in een gemeente waar twee of meer kranten verschenen (Bakker, De Ridder & Schönbach, 2010), in 2012 was dat nog 15%. Dit beeld van het dalende traditionele aanbod is heel anders dan het beeld op digitaal gebied. Daar is een golf van nieuwe initiatieven waarneembaar. Niet alleen hebben vrijwel alle traditionele printmedia en omroepen hun eigen website, ook het aantal nieuwe particuliere en commerciële initiatieven neemt toe.

Op het eerste gezicht lijkt de digitale golf het verlies van traditionele media meer dan goed te maken. De lagere dekking van dagbladen wordt ruimschoots gecompenseerd door de content die online verspreid wordt. Lokale en regionale omroepen die vroeger maar één maal per dag – of zelfs per week – uitzonden, kunnen nu via *webcasting* en het *streamen* van content alle recente uitzendingen maar ook het archief voor iedereen beschikbaar maken. Zelfs aggregatiesites, die uitsluitend informatie bevatten die eerst online bij een ander medium is geplaatst, zorgen ervoor dat meer informatie voor meer mensen beschikbaar komt. Op het gebied van

* Drs. Quint Kik is Senior Onderzoeker bij het Stimuleringsfonds voor de Pers. Contactgegevens: Westravenstraat 35, 3522 TB Utrecht. E-mail: quintkik@hotmail.com.
 Piet Bakker, PhD is Lector Crossmediale Kwaliteitsjournalistiek aan de Hogeschool Utrecht. Contactgegevens: Padualaan 99, 3584 CH Utrecht. E-mail: piet.bakker@hu.nl.
 Laura Buijs, MSc. is Junior Onderzoeker Crossmediale Kwaliteitsjournalistiek aan de Hogeschool Utrecht. Contactgegevens: Padualaan 99, 3584 CH Utrecht. E-mail: laura.buijs@hu.nl.

de verspreiding van informatie heeft de digitalisering duidelijk positieve gevolgen – in ieder geval op korte termijn. Omdat sites van regionale en lokale kranten en omroepen vooral informatie bevatten die ook in het traditionele medium te vinden is, levert dat niet of nauwelijks nieuwe informatie op. Aggregatiesites bevatten per definitie geen origineel nieuws – er wordt automatisch content doorgeplaatst die door een robot (*scraper*) elders wordt gevonden. Alleen nieuwe onafhankelijke digitale initiatieven zouden content kunnen bevatten die niet elders te vinden is.

Er is weinig bekend over deze online initiatieven. Het lokale medialandschap inclusief online initiatieven is nooit volledig in kaart gebracht. Dit onderzoek zal inzicht bieden in het totale aantal nieuwstitels op gemeenteniveau, waarbij zowel wordt gekeken naar het traditionele nieuwsaanbod (dagbladen, betaalde nieuwsbladen, huis-aan-huisbladen, radio en televisie) als naar het online nieuwsaanbod: websites van traditionele nieuwsmedia, onafhankelijke nieuwssites en de online ‘doorgeefluiken’ van nieuws dat elders is geplaatst, de zogeheten aggregatiesites. Er wordt antwoord gegeven op de vraag uit hoeveel lokale nieuwstitels een inwoner van een gemeente in Nederland gemiddeld kan kiezen. Regionale verschillen worden eveneens in kaart gebracht. Naast het kwantitatieve inzicht zal worden getoetst of er een relatie is tussen de aanwezigheid van traditionele nieuwsmedia en onafhankelijke nieuwssites.

Theorie

Een inventarisatie van het media-aanbod in alle Nederlandse gemeenten op deze schaal is niet alleen binnen Nederland uniek, ook in het buitenland ontbreekt vergelijkbaar onderzoek. Eerder onderzoek (Bakker, 2002; Vergeer, 2006; Verschuren & Memelink, 1989) in Nederland concentreerde zich op traditionele media. In 2010 is internet wel in een inventarisatie betrokken. Bakker et al. (2010) inventariseerden naast lokale print- en audiovisuele media ook het lokale aanbod op internet, maar dit onderzoek beperkte zich tot het aanbod in twintig gemeenten.

Uit voorgaand onderzoek van Bakker et al. (2010) blijkt dat grote gemeenten (>50.000) doorgaans over meer lokale nieuwskanalen beschikken dan kleinere gemeenten. Ook Vergeer (2006) concludeerde dat inwonertal voor een groot deel het aanbod van lokale nieuwsmedia verklaart. Op grond van deze eerdere onderzoeken kan dan ook de hypothese geformuleerd worden dat ook in dit onderzoek er *een (positieve) relatie gevonden zal worden tussen inwonertal en het voorkomen van lokale nieuwsmedia*. In hoeverre andere factoren van invloed zijn op het voorkomen van lokale nieuwsmodellen is tot dusver nauwelijks onderzocht in Nederland. In dit onderzoek zal daarom ook onderzocht worden in hoeverre er *regionale verschillen* op dit gebied voorkomen.

De oplage, het bereik en de dekking van regionale en lokale dagbladen dalen al sinds enige tijd, terwijl het aantal aanbieders van online lokaal nieuws juist toeneemt (Bakker & Bosch, 2011; Bakker et al., 2010). Wat betekent dit precies voor de verhouding tussen lokale traditionele nieuwsmedia en onafhankelijke nieuws-sites? Vervangen nieuwe online initiatieven traditionele nieuwsmedia of zijn ze er juist afhankelijk van? Van Kerkhoven en Bakker (2010) onderzochten lokale media gedurende de verkiezingsperiode in de gemeente Almere en richtten hun aandacht onder andere op de relatie tussen nieuwssites en traditionele lokale nieuwsaanbieders. Zij concludeerden dat er een groot online aanbod was, maar dat het meeste online nieuws van zelfstandige nieuwstitels is afgeleid van het traditionele lokale nieuwsaanbod. Online vervangt traditioneel volgens hen dus niet, maar is juist complementair aan de traditionele vormen.

In Amerikaans onderzoek (Project for Excellence in Journalism, 2010) in Baltimore bleek niet alleen dat er een grote hoeveelheid online nieuwsmedia was (blogs, sociale media, nichemediën), maar ook dat het overgrote deel van de berichten in digitale lokale media zijn oorsprong vond in traditionele media, met name het dagblad. Veel lokale nieuwssites deden weinig anders dan elders gevonden nieuws doorplaatsen. Dit aggregatiemodel treffen we ook aan in Groot-Brittannië, waar Currah (2009, p. 3) wijst op de zwakke economische positie van lokale online nieuwsmodellen waardoor aggregatie één van de weinig overblijvende opties is: 'There appears to be a net decline in the resources that are available to support news publishing at a local and regional scale.' Volgens Amerikaanse analyses van Patterson (2007) zijn aggregators en bloggers kansrijker dan gevestigde nieuwsmerken: 'Sites connected to traditional news organizations are growing more slowly than those of the major nontraditional news disseminators, including aggregators, bloggers, and search engines' (p. 3).

Wanneer er sprake is van een positieve relatie tussen het traditionele lokale nieuwsaanbod (en de daarvan afgeleide online titels) en onafhankelijke nieuwssites, kan geconcludeerd worden dat de bestaande media als vliegwiel functioneren. De hypothese die op grond van deze bevindingen kan worden geformuleerd is dat *de aanwezigheid van nieuwsmedia van traditionele uitgevers en omroepen positief gerelateerd is aan het voorkomen van onafhankelijke nieuwssites*.

Deze hypothese kan overigens op grond van andere verwachtingen ook omgedraaid worden. *Een afnemend aanbod van traditionele nieuwsmedia zou kunnen leiden tot aanvulling door digitale media*. Een dergelijke 'communicerende vaten'-hypothese kan bijvoorbeeld afgeleid worden uit 'klassieke' literatuur over de digitale revolutie, waarbij met name opvattingen van Bowman en Willis (2003) en Gillmor (2004) richtinggevend zijn geweest. Zij voorspellen dat de neergang van de traditionele media gecompenseerd zou worden door de opkomst van digitale (participatoire) media (zie ook Deuze, Bruns & Neuberger, 2007). Metzgar, Kurpius en Rowley (2011) benadrukken in hun definitie van hyperlokale media dit compensatiekarak-

ter, deze online media worden verondersteld 'to fill perceived gaps in coverage of an issue or region' (p. 774). Ook Radcliffe (2012) legt in zijn overzicht van hyperlokale initiatieven in het Verenigd Koninkrijk de nadruk op het opvullen van gaten in de lokale berichtgeving. Probleem bij deze benaderingen is dat de systematische empirische ondersteuning van deze verwachtingen ontbreekt. De opkomst van nieuwe digitale initiatieven kan niet worden ontkend, maar verwijzing naar specifieke cases bewijst niet dat er een digitale compensatie plaatsvindt als traditionele media vaste grond verliezen.

Methode

Het onderzoek heeft plaatsgevonden in een periode van vier maanden (juni tot en met september 2012). De datacollectie die ten grondslag ligt aan de aanbodsbeschrijving in de 418 Nederlandse gemeenten valt uiteen in twee delen. Voor gegevens met betrekking tot kranten, radio en televisie is gebruik gemaakt van bestaande databestanden. De websites van traditionele nieuwsmedia (online kanalen van de kranten en omroepen) en onafhankelijke nieuwssites zijn specifiek voor dit onderzoek verzameld.

Lokale media richten zich op een beperkt geografisch gebied: een plaats of een gemeente. In dit onderzoek worden ook regionale media meegenomen die zich op meer gemeenten richten. Regionale omroepen richten zich op een provincie, regionale dagbladen op delen van provincies, terwijl nieuws- en huis-aan-huisbladen zich meestal beperken tot één of een kleine groep aan elkaar grenzende gemeenten. Websites richten zich vaak op één gemeente of plaats. Op deze 'regels' zijn weer uitzonderingen: provincieoverschrijdende dagbladen, huis-aan-huisbladen voor een deel van een gemeente of lokale 'streek'-omroepen. Vanwege de leesbaarheid is gekozen om vrijwel altijd 'lokale media' te gebruiken omdat ons onderzoeksobject de berichtgeving op het niveau van de gemeente is.

Collectie traditionele regionale en lokale nieuwsmedia

Reeds bestaande gegevensbestanden betreffen het Handboek Nederlandse Pers (2012). Deze online database bevat alle titels van regionale dagbladen, betaalde nieuwsbladen en huis-aan-huisbladen op gemeenteniveau. Peildatum is april 2012. Voor de regionale dagbladen is aanvullend gebruik gemaakt van de oplagedatabase van Cebuco (2011). Hieruit is af te leiden welke dagbladen in welke gemeente worden verspreid, waarbij als ondergrens is gekozen voor een minimale dekking van twee (een dagblad telt mee in een gemeente als minstens twee dagbladen per honderd huishoudens worden verspreid). Hierop is twee keer een uitzondering gemaakt: het Parool telt alleen mee in Amsterdam, Amstelveen en Diemen en het AD is alleen meegeteld in die gemeenten waar voor 2005 een regionaal dagblad verscheen dat sindsdien is opgegaan in de landelijke titel. De regionale edities van

Metro in Amsterdam en Rotterdam zijn ook meegeteld. Van zowel regionale dagbladen, nieuwsbladen, als huis-aan-huisbladen is verondersteld dat zij in potentie lokaal bestuurlijk nieuws kunnen bevatten uit de gemeente waar zij verspreid worden.

Gegevens over regionale publieke omroepen zijn betrokken van de Stichting Regionale Omroep Overleg en Samenwerking (ROOS). Voor lokale publieke omroepen, alsmede niet-landelijke commerciële omroepen is gebruik gemaakt van het overzicht van omroepvergunningen van het Commissariaat voor de Media. Peildatum is mei 2012. Ten aanzien van de publieke omroepen is aanvullend gebruik gemaakt van gegevens van de Organisatie van Lokale Omroepen in Nederland (OLON). Ten aanzien van het bestand met commerciële omroepvergunningen is uitgezocht of de omroepen daadwerkelijk actief zijn. Bij regionale en lokale publieke omroepen is ervan uitgegaan dat ze lokaal bestuurlijk nieuws bevatten. Publieke omroepen zijn door de Mediawet gehouden aan een vastomlijnd percentage informatie binnen hun programmering; ten aanzien van commerciële toestemminghouders gelden dergelijke eisen over het algemeen niet. Wanneer zo'n omroep geen lokaal nieuwsprogramma had, is deze buiten beschouwing gebleven.

Collectie digitale lokale nieuwsmedia

Bij de inventarisatie van online nieuwsmedia gaan we om te beginnen uit van de websites van kranten en omroepen op titelniveau. Het grootste deel betreft echter een datacollectie die speciaal voor dit onderzoek is aangelegd. Elk van de 418 gemeentenamen is afzonderlijk ingevoerd in Google, gevolgd door het *keyword* 'nieuws'. Vervolgens zijn de eerste drie Google-pagina's geanalyseerd. Websites van landelijke nieuwsmedia, alsmede die van overheid en hieraan gelieerde instanties, kerken, bedrijven, partijen en verenigingen zijn buiten beschouwing gelaten. De gevonden websites betreffen onafhankelijke nieuwssites en zijn onderverdeeld in twee deelcategorieën: (1) *hyperlocals* die minimaal incidenteel zelf geschreven nieuws op hun website plaatsen; en (2) *aggregatiewebsites*, die uitsluitend nieuws van andere media overnemen. Wij gebruiken het begrip hyperlocal dus om sites met gemeentegerelateerd nieuws aan te duiden. In dit onderzoek zijn wijk- en buurtmedia buiten beschouwing gelaten. Het onderscheid is dus op grond van de inhoud van de site aangebracht. Nederlands bekendste hyperlocal platform, dichtbij.nl van TMG, functioneert in een deel van de gemeenten als echte hyperlocal met eigen lokaal nieuws. In alle overige gemeenten wordt gebruik gemaakt van aggregatie en automatisch 'gevonden' lokale content op de site doorgeplaatst.

Aanbodshypothesen

Zoals besproken worden in dit onderzoek een tweetal aanbodshypothesen onderzocht: (1) hoe groter het inwonertal van een gemeente, des te groter het aanbod van lokale nieuwsmedia en (2) hoe groter het aantal lokale nieuwsmedia van traditionele uitgevers en omroepen binnen een gemeente, des te groter het aantal hyperlocals.

De inwonertallen zijn afkomstig van het CBS en betreffen 2011. In dat jaar telde Nederland 418 gemeenten.

Om de eerste hypothese te kunnen toetsen is een enkelvoudige variantieanalyse uitgevoerd met het inwonertal als onafhankelijke variabele en het aantal lokale nieuwsmedia (kranten, omroepen, de van kranten en omroepen afgeleide websites en zelfstandige hyperlocals) als afhankelijke variabele. Er is gekeken naar verschillen in gemiddelden tussen gemeenten met minder dan 10.000 inwoners, met een inwonertal tussen de 10.000 en de 20.000, een inwonertal tussen de 20.000 en 50.000, een inwonertal tussen de 50.000 en 100.000, en gemeenten met meer dan 100.000 inwoners.

De tweede hypothese is getoetst middels een enkelvoudige regressieanalyse met het aantal traditionele lokale nieuwsmedia als onafhankelijke variabele en het aantal hyperlocals als afhankelijke variabele. Voor beide toetsen is een significantiegrens (α) van 0.05 gehanteerd.

Het onderzoek beperkt zich tot het getalsmatige aanbod van nieuwsmedia en daarmee zijn de resultaten vooral kwantitatief van aard. Daar waar mogelijk zullen de resultaten in tijd worden afgezet tegen de eerdergenoemde onderzoeken van Bakker et al. (2010) en Vergeer (2006).

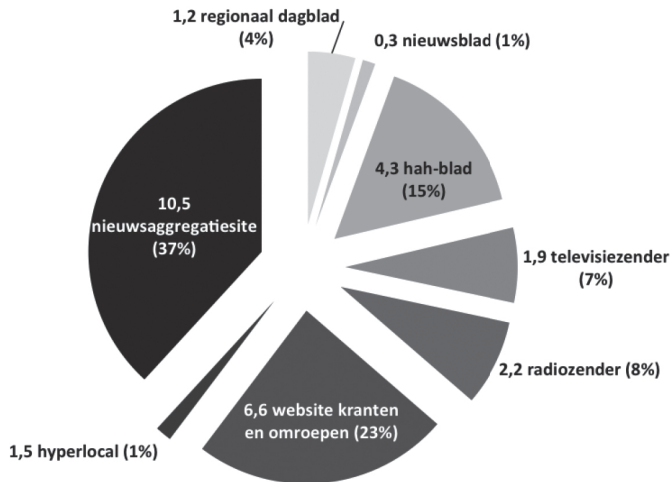
Resultaten

In de resultatensectie zal eerst de infrastructuur voor lokaal nieuws worden blootgelegd: *het aantal nieuwsmedia dat in een gemeente beschikbaar is*. Daarbij wordt ook bekeken welke van deze nieuwsmedia zelfgeproduceerd nieuws bevatten. Vervolgens zullen de verschillen tussen provincies aan bod komen. Tot slot worden de hypothesen getoetst waarbij antwoord gegeven zal worden op de vraag in hoeverre er een verband is tussen inwonertal en het aantal lokale nieuwsmedia in een gemeente, en tussen de aanwezigheid van traditionele nieuwsmedia en het aantal *hyperlocals* in een gemeente.

Infrastructuur voor lokaal nieuws

Print- en omroepmedia

In 2012 telt een Nederlandse gemeente gemiddeld 28,7 nieuwsmedia die lokaal bestuurlijk nieuws kunnen bevatten. Tien daarvan zijn offline nieuwsmedia (35%) van traditionele nieuwsaanbieders (kranten en omroepen). Per gemeente bestaat het printaanbod gemiddeld uit één regionaal dagblad (gemiddeld 1,2 per gemeente, 4% van het totale aanbod), in één op de drie gevallen een betaald nieuwsblad (0,3 per gemeente, 1% van totaal) en tussen de vier en vijf gratis huis-aan-huisbladen die één of twee keer per week verschijnen (4,3 per gemeente, 15% van totaal). Daarnaast zijn



FIGUUR 1: Gemiddeld aantal nieuwsmedia per gemeente in 2012 ($N = 28,7$)

er twee televisiezenders (gemiddeld 1,9 per gemeente, 7% van totaal) en ongeveer evenveel radiozenders (2,2 per gemeente, 8% van totaal) (figuur 1). Bij radio en tv betreft het de regionale publieke omroep die in elke gemeente aanwezig is met een televisie- en een radiozender en lokale publieke omroepen, die in veel gemeenten actief zijn, in de meeste gevallen met een radiozender en in een kleiner deel van de gemeenten met een televisiezender (teksttelevisie en reguliere tv met bewegend beeld). Naast publieke omroepen zijn niet-landelijke commerciële omroepen actief met televisie, kabelkrant (de commerciële tegenhanger van publieke ‘teksttelevisie’) en radio.

Omroepen besteden maar een deel van hun zendtijd aan het verzorgen van (lokaal) nieuws. Van regionale en lokale publieke omroepen is in dit onderzoek verondersteld dat zij, vanwege verplichtingen in de Mediawet, tenminste een deel van hun dagelijkse programmering wijden aan informatie gericht op de gemeente. Niet-landelijke commerciële omroepen zijn alleen meegeteld als uit vooronderzoek is gebleken dat lokaal of regionaal nieuws deel uitmaakt van hun programmering.

Vergeleken met onderzoek van Vergeer (2006) is het aantal offline nieuwsmedia afgenomen van 11 naar 10. Dit hangt samen met een daling van het gemiddeld aantal regionale dagbladen per gemeente (in 2005 nog 1,3), alsmede bij de nieuwsbladen (0,4 in 2005) en de huis-aan-huisbladen (5 in 2005).

Online nieuwsmedia

Bij de 28,7 nieuwsmedia die een gemeente gemiddeld telt, behoren 18,6 online nieuwsmedia (65%): 6,6 online afgeleide kanalen van kranten en omroepen (23%) en 12 websites van onafhankelijke nieuwssites (38%) – die laatste categorie bestaat

uit 1,5 online nieuwsmedia die (deels) eigen nieuws produceren (hyperlocals) en 10,5 nieuwsaggregatiewebsites.

Vergeleken met het onderzoek van Bakker et al. (2010) in twintig gemeenten, is het gemiddeld aantal online nieuwsmedia in de betreffende gemeenten anno 2012 toegenomen van 13,5 naar 19,4. Deze stijging wordt veroorzaakt door een toename van het aantal online afgeleide kanalen van kranten en omroepen (+2), maar vooral door het toegenomen aantal nieuwsaggregatiewebsites (+4).

Het aanbod van offline nieuwsmedia laat een geringe afname zien, tegelijkertijd neemt het aanbod van online nieuwsmedia flink toe. Gelet op het toegenomen aantal online nieuwsmedia is in elk geval de toegang tot lokaal nieuws sinds twee jaar verbeterd. Verhoudingsgewijs heeft dit echter veel meer websites met geaggregeerd nieuws opgeleverd dan sites met zelfgeproduceerd nieuws. Aggregatiesites zorgen overigens wel voor verspreiding van nieuws en kunnen ook – via hun links – *traffic* opleveren voor de site waarop het oorspronkelijke nieuws te vinden was.

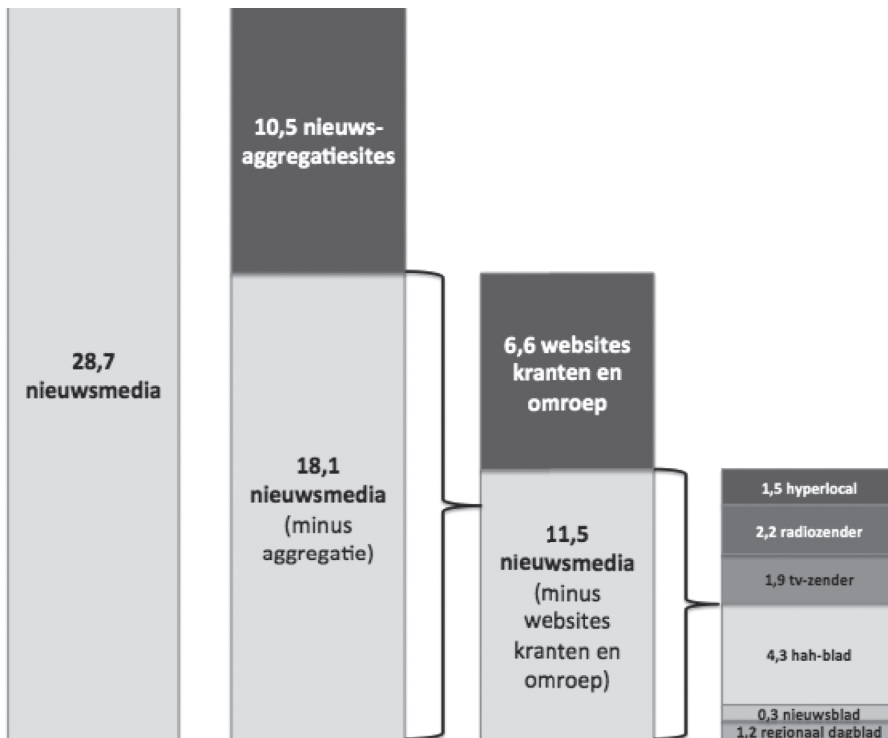
Nieuwsmedia met zelfgeproduceerd nieuws

Een deel van de nieuwsmedia betreft websites die geaggregeerd nieuws bevatten. Dergelijke sites zijn geprogrammeerd om het internet ‘af te grazen’. Berichten worden overgenomen van andere websites, meestal gaat het om de kop en de beginregels van een bericht met een link naar de originele bron. Ook bevatten deze websites soms integrale persberichten van overheden en 112-berichten afkomstig van politie.nl. Worden de nieuwsaggregatiesites (10,5) in mindering gebracht op het aanbod (28,7), dan komt het gemiddeld aantal nieuwsmedia met ‘eigen nieuws’ op 18,1.

Van het aanbod van lokale nieuwsmedia in een gemeente maken 6,6 websites van kranten en omroepen deel uit. Hoewel deze websites qua inhoud niet één-op-één overeen hoeven te komen met hun offline tegenhanger, bevatten zij voor een belangrijk deel dezelfde (vaak ingekorte) berichten. Als we deze websites van het resterende aanbod in een gemeente (18,1) ‘afpellen’, resteren er 11,5 lokale nieuwsmedia die ten dele of geheel bestaan uit zelf geschreven en ‘origineel’ nieuws: 5,8 dag- en weekbladen, 4,1 radio- en televisiezenders en 1,5 hyperlocals (figuur 2). Dit betekent dat van het aanvankelijke aanbod van gemiddeld bijna 29 nieuwsmedia 40% overblijft wanneer het aantal nieuwsmedia beperkt wordt tot kanalen met zelfgeproduceerd nieuws.

Verschillen tussen provincies

In ongeveer 80% van de Nederlandse gemeenten ligt het aantal nieuwsmedia met zelfgeproduceerd nieuws tussen de 8 en de 15. De provincies met de meeste nieuwsmedia zijn Drenthe en Friesland met rond de 15 nieuwsmedia per gemeente; gemeenten in Flevoland en Zeeland hebben gemiddeld minder dan 9 van dergelijke nieuwsmedia (figuur 3).



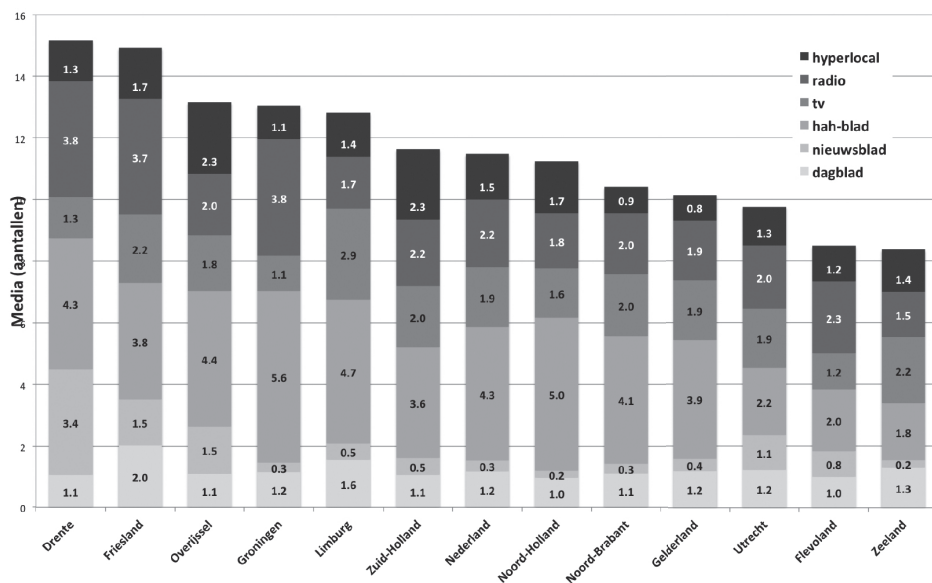
FIGUUR 2: Gemiddeld aanbod per gemeente in 2012

Regionale dagbladen

De verschillen tussen provincies zijn deels te verklaren door de aanwezigheid van specifieke mediumtypen. Een Nederlandse gemeente telt in 2012 gemiddeld meer dan één (1,2) regionaal dagblad. Eén op de vijf gemeenten beschikt over twee of meer regionale dagbladtitels; in totaal geldt dit voor 88 (21%) van de 418 Nederlandse gemeenten. In Friesland verschijnen in vrijwel alle gemeenten twee dagbladen: de Leeuwarder Courant en het Friesch Dagblad. In ongeveer 60% van de Limburgse gemeenten worden zowel het Limburgs Dagblad als Dagblad De Limburger van Media Groep Limburg (Mecom) verspreid. In een derde van de 13 Zeeuwse gemeenten verschijnt naast PZC ook BN DeStem.

Nieuwsbladen

Betaalde nieuwsbladen verschijnen in 100 van de 418 gemeenten (24%). In 25 van die 100 gemeenten verschijnen twee of meer nieuwsbladen, 12 van deze gemeenten liggen in Friesland. Gemeenten waar betaalde nieuwsbladen verschijnen, zijn verder te vinden in Drenthe (gemiddeld 1,2 per gemeente), Flevoland (0,8) en Overijssel (0,6). In Zuid-Holland, Noord-Holland en Gelderland zijn betaalde nieuwsbladen vrijwel afwezig.



FIGUUR 3: Gemiddeld aantal nieuwsmedia (met eigen nieuws) in een gemeente per provincie in 2012

Huis-aan-huisbladen

Gratis huis-aan-huisbladen – gemiddeld 4,3 per gemeente – verschijnen in alle gemeenten. In Drenthe (gemiddeld 6,6 per gemeente), Groningen (5,6) en Overijssel (5,3) verschijnen naar verhouding de meeste huis-aan-huisbladen, uitschieters naar beneden zijn Flevoland en Zeeland met 2,0 en 1,9 huis-aan-huisblad per gemeente.

Overigens verschijnen in grote gemeenten en in gemeenten met veel plaatsen ook huis-aan-huisbladen gericht op plaats- of zelfs stadsdeelniveau. Gemeenten die naar verhouding veel titels kennen zijn Rotterdam (15 titels), Hardenberg (12) en Den Haag (11). Ook de 24 gemeenten die in de afgelopen 15 jaar ontstonden als gevolg van herindelingen hebben relatief veel (7 à 10) huis-aan-huisbladen. In deze gemeenten verschijnen wel veel huis-aan-huisbladen maar dat betekent dus niet dat elke inwoner al die titels in de bus krijgt.

Om een idee te krijgen van het aantal huis-aan-huisbladen dat bij de inwoner van een gemeente daadwerkelijk door de brievenbus valt, is de totale oplage van alle 666 titels met een minimale verschijningsfrequentie van tenminste één keer per week gedeeld door het totaal aantal huishoudens. Dit levert een gemiddelde 3,2 huis-aan-huisblad per huishouden op.

Omroepen

Lokale en regionale radio is bovengemiddeld vertegenwoordigd in de drie noordelijke provincies (gemiddeld vier zenders per gemeente), in Limburg komt verhoudingsgewijs veel lokale en regionale televisie voor: gemiddeld drie per gemeente.

In alle 418 gemeenten is de regionale publieke omroep aanwezig met een radio- en een televisiezender. Daarnaast beschikken 183 gemeenten over een lokale publieke televisiezender, in 237 gemeenten beperkt zich dit tot teksttelevisie. Aanzienlijk meer gemeenten, 347 van de 418, hebben een lokale publieke radiozender. Een aanzienlijk aantal lokale publieke omroepen is actief in meer dan één gemeente: zo verzorgen 139 omroepen televisie in 183 gemeenten, 261 omroepen verzorgen radio in 347 gemeenten. De vier grote steden beschikken over meer dan één lokale publieke radiozender, Amsterdam beschikt over meerdere lokale publieke televisiezenders.

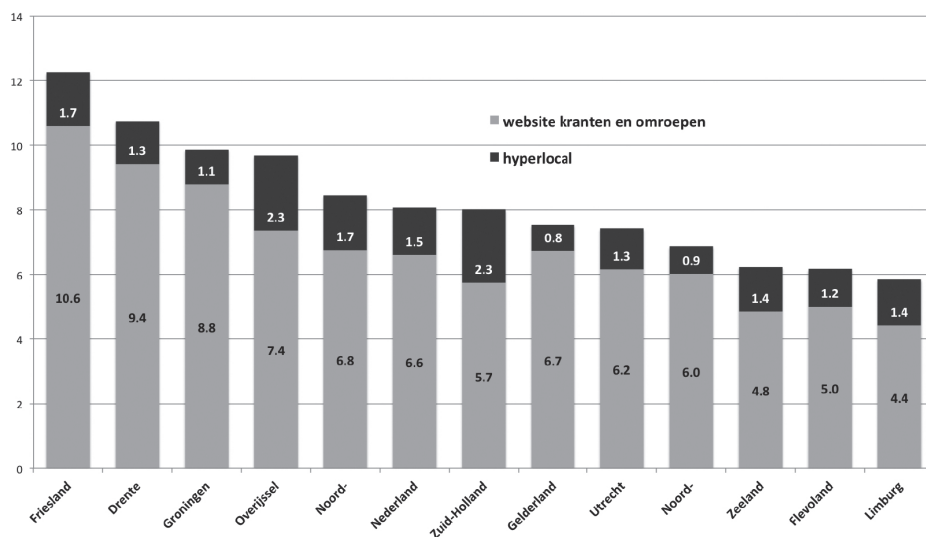
Commerciële omroepen die lokaal bestuurlijk nieuws op het niveau van gemeenten kunnen bevatten, zijn minder talrijk. Er zijn twee radiozenders in de drie noordelijke provincies, waar uitgever NDC mediagroep nieuwsbulletins met (boven)lokaal nieuws verzorgt op Waterstad FM en Arrow Classic Rock Noord. Sleutelstad FM is actief in de regio Leiden, Alphen aan den Rijn en Duin- en Bollenstreek. Radio Decibel in Amsterdam en Rotterdam krijgt lokaal gerichte bulletins aangeleverd van de regionale edities van Metro. Commerciële televisiezenders met in potentie lokaal bestuurlijk nieuws zijn onder meer aangetroffen in de provincies Zeeland (CTV Zeeland), Oost-Gelderland (Focuz TV), Friesland (GP TV), Den Haag/Westland (Regio TV Info Thuis) en Limburg (TV-Limburg). In totaal betreft het 16 televisiezenders en 12 commerciële kabelkranten met nieuws van (boven)lokaal niveau.

Het grote aanbod in de noordelijke provincies hangt in elk geval samen met het verschijnen van twee regionale dagbladen (Friesland), bovengemiddelde aanwezigheid van nieuwsbladen (Friesland en Drenthe) en niet-landelijke commerciële radiozenders.

Verschillen tussen provincies – online media

Als alleen het online aanbod van nieuwsmedia met zelfgeproduceerd nieuws als uitgangspunt wordt genomen – 6,6 websites van kranten en omroepen en 1,5 hyperlocal – heeft meer dan 80% van de Nederlandse gemeenten tussen de vijf en elf van deze media (figuur 4). Met ruim dertien online nieuwsmedia per gemeente is Friesland opnieuw koploper. Zeeland, Flevoland en Limburg bevinden zich aan de ondergrens met ongeveer zes online nieuwsmedia per gemeente.

Hyperlocals komen per gemeente gemiddeld 1,5 keer voor. In totaal zijn meer dan 600 van dergelijke initiatieven in ruim driekwart van de gemeenten aangetroffen (dubbeltellingen inbegrepen, sommige initiatieven zijn actief in meerdere gemeenten). Hyperlocals komen vaker voor in Zuid-Holland en Overijssel en minder vaak in Noord-Brabant en Gelderland.



FIGUUR 4: Gemiddeld aantal online nieuwsmedia in een gemeente per provincie in 2012

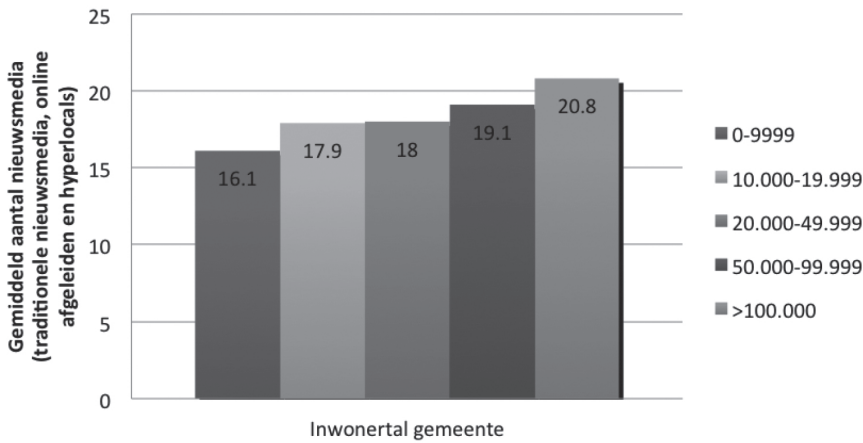
Invloed inwonertal

Nederland telt ultimo 2011 418 gemeenten, waarvan 39 met minder dan 10.000 inwoners, 117 met een inwonertal tussen 10.000 en 20.000, 191 met een inwonertal tussen 20.000 en 50.000, 46 met een inwonertal tussen 50.000 en 100.000 en 25 met meer dan 100.000 inwoners.

In lijn met de onderzoeken van Bakker et al. (2010) en Vergeer (2006), blijkt ook uit dit onderzoek aan de hand van een enkelvoudige variantieanalyse, dat er sprake is van een positief verband ($F = 3,56$, $df = 4$, 413 , $p = <.01$, $\eta^2 = .18$) tussen inwonertal en lokale nieuwsmedia. Grote gemeenten beschikken over significant meer traditionele nieuwsmedia (dagbladen, nieuwsbladen, huis-aan-huisbladen, radio- en televisiezenders), de van kranten en omroepen afgeleide websites en hyperlocals dan kleinere gemeenten. Zo hebben gemeenten met meer dan 100.000 inwoners, gemiddeld 20,8 lokale nieuwsmedia ($SD = 7,06$) en gemeentes met minder dan 10.000 inwoners gemiddeld 16,1 lokale nieuwsmedia ($SD = 4,38$) (figuur 5).

Invloed lokale traditionele nieuwsmedia

Bij de 'vliegwiel'-hypothese wordt verondersteld dat de aanwezigheid van traditionele lokale nieuwsmedia een positieve invloed heeft op het voorkomen van hyperlocals. In lijn met onderzoek van Van Kerkhoven en Bakker (2010) blijkt ook uit dit onderzoek aan de hand van een enkelvoudige regressieanalyse dat er een significant, maar zwak positief effect is van het aantal lokale en traditionele nieuwsmedia (dagbladen, nieuwsbladen, huis-aan-huisbladen, radio- en televisiezenders) op het aantal hyperlocals ($b^* = .14$, $t = 2.95$, $p = <.01$). Naar schatting neemt binnen een



FIGUUR 5. Gemiddeld aantal nieuwsmedia per gemeente (op basis van inwonertal)

gemeente met elk extra traditioneel lokaal nieuwsmedium het aantal hyperlocals toe met gemiddeld 0,07, $p < 0,01$, 95% CI [0,02, 0,11].

Lokale traditionele nieuwsmedia bevatten veelal ook een website waarop zij nieuws plaatsen. Er is echter geen significant positief effect van het aantal van deze gelieerde websites op het aantal hyperlocals. Met andere woorden, of gemeenten over veel of weinig online kanalen van kranten en omroepen beschikken, heeft geen directe invloed op het aantal hyperlocals. Dit betekent dat alleen het aantal traditionele offline nieuwsmedia positief samenhangt met het aantal hyperlocals.

De 'vliegwiel'-hypothese wordt dus deels bevestigd. Hoe meer lokale offline nieuwsmedia een gemeente telt, des te meer hyperlocals er aanwezig zijn. Kanttekening blijft dat dit verband niet heel sterk is. Interessant is dat het verdwijnen van lokale traditionele nieuwsmedia niet lijkt te worden gecompenseerd door hyperlocals. Deze onafhankelijke nieuwssites duiken juist vaker op in gemeenten waar relatief veel lokale traditionele nieuwsmedia zijn. Het omgekeerde, dat er juist veel hyperlocals zijn op plekken waar weinig lokale traditionele nieuwsmedia beschikbaar zijn (de 'communicerende vaten'-hypothese), blijkt niet uit dit onderzoek.

Discussie

Het nieuwsaanbod in de regio is gegroeid, met name op digitaal gebied, waardoor burgers van meer media gebruik kunnen maken. Dit heeft niet per definitie geleid tot een meer divers en origineel aanbod. Burgers beschikken per gemeente gemiddeld over 29 nieuwsmedia, zowel offline als online, maar slechts 40 procent brengt zelfgeproduceerd nieuws, de resterende media liften mee. Er zijn vooral meer

online media door de toename van aggregatiesites. De ingezette daling van traditionele nieuwsmedia (radio, televisie en print) van de laatste tien jaar zet door. Dat aanbod daalt vergeleken met 2005 gestaag.

Er is een positief verband tussen het aantal traditionele nieuwsmedia in een gemeente en het aantal hyperlocals. Deze onafhankelijke nieuwssites vinden we dus niet in gebieden waar relatief weinig andere media zijn, maar juist daar waar al veel nieuws beschikbaar is. Het verband is weliswaar zwak, maar het zou tot de conclusie kunnen leiden dat nieuws ander nieuws aantrekt, ofwel dat traditionele nieuwsmedia als vliegwiel fungeren. Dat is één mogelijke verklaring: nieuwe aanbieders kunnen zich laten inspireren door de inhoud en de aanwezigheid van bestaande media. Het is ook mogelijk dat zowel bestaande als nieuwe media zich vooral thuis voelen in plaatsen waar relatief veel gebeurt: veel economische, sociale, politieke en culturele activiteiten leveren voor iedereen veel nieuws op. In dat geval is er geen 'vliegwiel' omdat dat een causaal verband suggereert, maar is er wel een relatie, veroorzaakt door een achterliggende oorzaak.

Op het gebied van theorievorming levert dat interessante inzichten op. Empirisch gefundeerde theorieën over het ontstaan van online initiatieven zijn nauwelijks voorhanden, normatief geïnspireerde theorievorming en hooggespannen verwachtingen des te meer (Bowman & Willis, 2003; Deuze, Bruns & Neuberger, 2007; Gillmor, 2004; Metzgar, Kurpius & Rowley, 2011; Radcliffe, 2012). Auteurs verwachten op grond van tekortschieten of uitval van traditionele media dat dit tekort min of meer spontaan opgevuld zal worden door nieuwe initiatieven. Onze uitkomsten betekenen overigens niet dat startende initiatieven zich niet kunnen laten inspireren door een waargenomen of een daadwerkelijk afnemend nieuwsaanbod. Het traditionele nieuwsaanbod daalt wel degelijk. De dekking van regionale kranten wordt minder, titels fuseren of worden overgenomen, het aantal huis-aan-huis- en nieuwsbladen neemt af. De nieuwe initiatieven zien we echter niet op de plekken waar traditionele media het minst zichtbaar zijn – 'gaten' in de nieuwsvoorziening worden dus niet systematisch opgevuld. Als traditionele media gaten laten vallen, betreft dat wellicht 'moeilijke' nieuwsgebieden qua aanbod en marktmogelijkheden (weinig economische en culturele activiteiten, laag bevolkt, periferie van een grote kern) – dit zijn kennelijk niet de meest kansrijke gebieden voor nieuwe initiatieven. Verder onderzoek naar dit fenomeen is zeker op z'n plaats.

Ook zijn aan de hand van dit onderzoek verschillen tussen provincies aan het licht gekomen. Het nieuwsaanbod in het zuiden van Nederland blijkt het schraalst. Gemeenten uit de provincies Friesland en Drenthe hebben meer nieuwsmedia dan gemeenten in Zeeland. De verschillen zijn zowel offline als online opvallend: ruim 13 online nieuwsmedia in Friesland tegenover minder dan de helft daarvan in Zeeland, Flevoland en Limburg. In de noordelijke provincies zijn relatief veel betaalde nieuwsbladen (met website) en commerciële lokale omroepen. Friesland kent daar-

naast als enige provincie twee regionale dagbladtitels. Nader onderzoek is hier overigens aanbevolen; de samenstelling van de bevolking (leeftijd, aandeel allochtonen, opleiding) en regionale binding zijn niet onderzocht maar zouden ook een verklaringsgrond kunnen bieden.

In dit onderzoek worden wel de hoeveelheid beschikbare kanalen in kaart gebracht; hoeveel en welk nieuws via die kanalen wordt verspreid zou onderwerp moeten zijn van verder onderzoek. Gezien de omvang van zo'n onderzoek, kunnen niet alle Nederlandse gemeenten daarin betrokken worden. Er zou onderzocht moeten worden in hoeverre de beschikbare kanalen daadwerkelijk lokaal nieuws bevatten en wat voor nieuws dat is. Daarmee zou ook de bijdrage van nieuwe digitale kanalen, aggregatiesites en sites van traditionele media in kaart kunnen worden gebracht.

Literatuur

- Bakker, P. (2002). *Twee decennia regionale en lokale printmedia in Nederland; PersMediaMonitor-onderzoek*. Amsterdam: School for Communications Research. Universiteit van Amsterdam/Den Haag: Bedrijfsfonds voor de Pers.
- Bakker, P., Ridder, J. de & Schönbach, K. (2010). *Lichte plekken in de regio. Lokale informatievoorziening in Nederland*. Amsterdam: Universiteit van Amsterdam.
- Bakker, P. & Bosch, K. (2011). *Hyperlocal in de praktijk. Lokale media en informatievoorziening in Bunschooten en Leusden*. Paper gepresenteerd op het Politicologenetmaal, Amsterdam, 9-10 juni.
- Bowman, S. & Willis, C. (2003). *We media: How audiences are shaping the future of news and information*. The Media Center at the American Press Institute. Geraadpleegd via www.hypergene.net/wemedia/download/we_media.pdf.
- Cebuco. (2011). *Oplagendatabase van Cebuco*. (2011). Geraadpleegd via www.oplagen-dagbladen.nl.
- Currah, A. (2009). *Navigating the crisis in local and regional news: A critical review of solutions*. RISJ Working Essay. Geraadpleegd via http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/fileadmin/documents/Publications/Navigating_the_Crisis_in_Local_Regional_News_Final.pdf.
- Deuze, M., Bruns, A. & Neuberger, C. (2007). Preparing for an age of participatory news. *Journalism Practice*, 1(3), 322-338.
- Gillmor, D. (2004). *We the media: Grassroots journalism by the people, for the people*. Sebastopol: O'Reilly.
- Handboek Nederlandse Pers [database]. (2012). Geraadpleegd via www.handboeknederlandsepers.nl.
- Kerkhoven, M. van & Bakker, P. (2010). *The news gap in a no-paper city. Print, broadcast and electronic media during elections in Almere*. Utrecht: University of Applied Sciences Utrecht.
- Messner, M. & Watson DiStaso, M. (2008). The Source Cycle. *Journalism Studies*, 9(3), 447-463.
- Metzgar, E.T., Kurpius, D.D. & Rowley, K.M. (2011). Defining hyperlocal media: Proposing a framework for discussion. *New Media Society*, 13, 772-788.
- Patterson, T.E. (2007). *Creative Destruction: An Exploratory Look at News on the Internet*. A report from the Joan Shorenstein Center on the Press, Politics and Public Policy, John F. Kennedy School of Government, Harvard University.
- Project for Excellence in Journalism (2010). *How News Happens: A Study of the News Ecosystem of One American City*.
- Radcliffe, D. (2012). *Here and Now: UK hyperlocal media*. London: Nesta.
- Vergeer, M. (2006). *Lokale gemeenschappen in Nederland 2005*. Onderzoek in opdracht van het Bedrijfsfonds voor de Pers. Nijmegen: Radboud Universiteit.
- Verschuren, P. & Memelink, R. (1989). *Media-atlas van Nederland; Een kwantitatieve en kwalitatieve beschrijving en verklaring van lokale medialandschappen*. 's-Gravenhage: SDU-uitgeverij.