

Inhoud

1	Wat is journalism studies? 9
1.1	Journalistiek in zes dimensies 9
1.2	De studie van journalistiek 13
1.3	Methoden voor journalism studies 17
1.4	Over dit boek 23
1.5	Opdrachten 25
1.6	Meer lezen over (veranderingen in) journalistiek en journalism studies 26
Deel 1	BEVRAGEN: focusgroep en survey 27
	Vraagtechnieken als familie van onderzoeksmethoden 28
	Bevragen als kwestie van bronnen 28
	Verschillen tussen focusgroep en survey 29
2	Focusgroepen 31
2.1	Kenmerken van de focusgroep 31
2.2	Wanneer zetten we de focusgroep in? 38
2.3	Stappenplan voor de focusgroep 39
2.4	Voorbeelden van focusgroepsonderzoek 53
2.5	Opdrachten 54
2.6	Meer lezen over focusgroepen 55
3	Surveys 56
3.1	Kenmerken van de survey 56
3.2	Wanneer zetten we de survey in? 59
3.3	Stappenplan voor surveys 61
3.4	Voorbeelden van survey-onderzoek 85
3.5	Opdrachten 86
3.6	Meer lezen over surveys 87
Deel 2	OBSERVEREN: etnografie en experiment 89
	Setting 91
	Observatie 91
	Manipulatie van variabelen 92

	Persoonlijkheid onderzoeker	93
	Aantal variabelen	93
	Betrouwbaarheid	94
	Controlemogelijkheden	94
	Data	95
4	Nieuwsetnografie	96
4.1	Kenmerken van etnografie	96
4.2	Wanneer zetten we nieuwsetnografie in?	104
4.3	Stappenplan voor nieuwsetnografie	108
4.4	Voorbeelden van nieuwsetnografie	128
4.5	Opdrachten	129
4.6	Meer lezen over (nieuws)etnografie	130
5	Experimenteel onderzoek	131
5.1	Kenmerken van het experiment	131
5.2	Wanneer zetten we het experiment in?	136
5.3	Stappenplan voor een experiment	140
5.4	Voorbeelden van mediaonderzoek op basis van experimenten	153
5.5	Opdrachten	154
5.6	Meer lezen over experimenteel onderzoek	155
Deel 3	DOORLICHTEN: kwalitatieve en kwantitatieve inhoudsanalyse	157
	Inhoudsanalyse gaat over inhoud	161
	Inhoudsanalyse gaat over coderen	162
	Inhoudsanalyse is niet-opdringerig onderzoek	163
	Wanneer zetten we inhoudsanalyse in?	163
	Sociale constructie van problemen	165
6	Kwalitatieve inhoudsanalyse	166
6.1	Kenmerken van kwalitatieve inhoudsanalyse	166
6.2	Wanneer zetten we kwalitatieve inhoudsanalyse in?	171
6.3	Stappenplan voor een kwalitatieve inhoudsanalyse	174
6.4	Voorbeelden van mediaonderzoek op basis van kwalitatieve inhoudsanalyse	189
6.5	Opdrachten	190
6.6	Meer lezen over kwalitatieve inhoudsanalyse	191

7	Kwantitatieve inhoudsanalyse	192
7.1	Kenmerken van kwantitatieve inhoudsanalyse	192
7.2	Wanneer zetten we kwantitatieve inhoudsanalyse in?	195
7.3	Stappenplan voor een kwantitatieve inhoudsanalyse	197
7.4	Voorbeelden mediaonderzoek op basis van kwantitatieve inhoudsanalyse	207
7.5	Opdrachten	209
7.6	Meer lezen over kwantitatieve inhoudsanalyse	210
Bijlage 1:	Wetenschappelijke tijdschriften en boeken	211
Bijlage 2:	Hulpmiddelen bij onderzoek	217
Bijlage 3:	Ideeën voor scriptie-onderzoek	222

Wat is journalism studies?

1

Journalistiek kun je definiëren als een communicatieproces tussen producenten en consumenten. De wetenschap die dat communicatieproces bestudeert, heet journalism studies. Journalism studies is een jonge, internationale wetenschapsdiscipline die de journalistieke praktijk en inhoud, en de maatschappelijke gevolgen daarvan bestudeert. Het gaat dus over wat journalisten doen en hoe ze werken, over wat ze maken en wat voor effecten dat heeft. Met methoden van onderzoek kun je op een wetenschappelijke manier greep krijgen op journalistiek als maatschappelijk verschijnsel.

1.1 Journalistiek in zes dimensies

In dit boek beschrijven we zes benaderingen die antwoorden bieden op de vraag hoe je journalistiek op een wetenschappelijke manier kunt bestuderen. Die vraag veronderstelt een antwoord op een andere grote vraag: *wat is journalistiek?*

Dit boek beschouwt journalistiek als een specifieke vorm van communicatie. Elke vorm van communicatie is te typeren op zes dimensies: vorm, inhoud, stijl, functie, producenten en consumenten (zie tabel 1). De journalistieke invulling van die zes dimensies stippen we in het navolgende aan. Ze dienen als fundament voor de rest van het boek.

Tabel 1 *Eigenschappen van journalistiek*

Vorm	Inhoud	Stijl	Functie	Producenten	Consumenten
media	nieuws	feitelijk	informereren	journalisten	publiek

Vorm

Journalistiek is gemediatiseerde communicatie. Dat wil zeggen informatie-overdracht via mediatechnologieën: internet (digitaal), radio en televisie (audiovisueel) en kranten en weekbladen (print). Mengvormen zijn er in veelvoud: tijdens televisiejournaals verschijnen twitterberichten op het scherm, kranten hebben websites en mobiele applicaties, en op websites debatteren mensen over journalistieke verhalen, feiten en gebeurtenissen. Verder onderscheiden we een steeds groeiende lijst van specialismen, zoals datajournalistiek, hyperlokale journalistiek, fotojournalistiek en onderzoeksjournalistiek. Een ruzie in een café noemen we pas gemediatiseerde communicatie als die interactie wordt opgenomen en uitgezonden tijdens een journaal of op een sociaal medium.

Inhoud

Journalistiek wil zeggen feiten en commentaar. Die twee noemen we nieuws. Traditioneel onderscheiden we twee soorten nieuws. Hard nieuws is feitelijke informatie met actualiteitswaarde en maatschappelijk belang: berichten over politiek, misdaad, economie, buitenlandse zaken, het verkeer. Bij zacht nieuws ligt de klemtoon op de interessesfeer van het doelpubliek: het milieu, koken, reizen, gezondheid, ontspanning, beroemdheden, kunst en sport. Naast hard en zacht nieuws zijn er ook genres die het nieuws becommentariëren, analyseren of in een breder kader plaatsen, zoals opiniebijdragen, talkshows, interviews, reportages en columns. Nieuwsblogs als *De Speld* of *De Rechtzetting* nemen de actualiteit (en de journalistiek) dan weer op de korrel met satire en parodie.

Stijl

Journalistiek is feitelijke berichtgeving. ‘Comment is free’, schreef de Britse journalist Charles Prestwich Scott in 1921, ‘but facts are sacred.’¹ Meningen zijn gratis, maar feiten zijn heilig. En dus moeten die feiten zo waarheidsgetrouw, accuraat, evenwichtig en neutraal mogelijk worden weergegeven. Enkel op die manier kan journalistiek een betrouwbare bron van informatie

¹ Scott, C.P. (1921). The Manchester Guardian’s first hundred years. In M. Bromley & T. O’Malley (Eds.), *A Journalism Reader* (pp. 108-109). London: Routledge.

zijn. Let wel: zo wordt journalistiek (nog te vaak) beschouwd. Tot zover de theorie.² In de praktijk is feitelijkheid een construct. Feiten worden natuurlijk subjectief weergegeven: ze worden geselecteerd, geduid en geïnterpreteerd. Koppen zijn geschreven in een wervende (en dus subjectieve) stijl. Analyses, columns en commentaren hebben een opiniërende stijl, met ruimte voor emotie, sfeer en toonzetting. Toch zijn objectiviteit en betrouwbaarheid voor veel mensen kwaliteitscriteria.

Functie

Journalistiek heeft van oudsher een openbare functie. Een journalist die alleen voor een blog zonder lezers schrijft, is geen journalist te noemen. Journalisten hebben een taak: de samenleving informeren, mobiliseren en beschermen tegen misbruik van de macht door maatschappelijk belangwekkende feiten en opinies openbaar te maken. Met die openbare functie pakken redacties en journalisten graag uit. Dure woorden horen daarbij. Journalistiek als vierde macht.³ De waakhond van de democratie. Of nog erger: journalistiek als 'the primary sense-making practice of modernity'.⁴ Een hoogdravende claim, maar wel een met een grond: voor veel mensen is journalistiek bepalend voor hun wereld- en denkbeelden en geldt journalistiek tegelijkertijd als toetssteen.

Producenten

De term journalistiek impliceert journalisten. Journalisten zien zichzelf als vakmensen. Dat zijn in de eerste plaats professionals: kenniswerkers die informatie verzamelen en verspreiden namens een journalistieke organisatie en voor een (al dan niet betalend) publiek. Bloggers en ooggetuigen kunnen ook een journalistieke rol vervullen. Denken we maar aan de amateurbeelden van de oorlog in Syrië of aan de onophoudelijke stroom aan berichten op sociale media als Facebook en Twitter. Hoewel volgens vele onderzoekers die tweedeling tussen professionals en amateurs aan het vervagen is, zien journalisten zichzelf nog steeds als vakmensen. En bij vakmensen hoort vakmanschap:

2 Ward, S.J.A. (2009). Journalism Ethics. In K. Wahl-Jorgensen & T. Hanitzsch (Eds.), *The Handbook of Journalism Studies* (pp. 295-309). New York: Routledge.

3 Journalistiek als vierde macht naast de wetgevende, uitvoerende en rechterlijke macht.

4 Hartley, J. (1996). *Popular reality: journalism, modernity and popular culture*. London: Arnold.

een reeks professionele handelingen, normen en waarden die informatie tot journalistiek verheffen en waaraan vakmensen refereren om zichzelf te onderscheiden en te beschermen, zoals neutraliteit en onpartijdigheid.

Consumenten

De monopoliepositie verschuift. In het pre-internet tijdperk was informatie een veel schaarser goed dan nu. Nieuwsmedia hadden daardoor een zekere monopoliepositie: ze konden nieuws verkopen aan een groot publiek. In het huidige medialandschap is dat model achterhaald: nieuws is altijd en overal beschikbaar en het publiek is minder bereid om ervoor te betalen. Bovendien kan het publiek ook actief bijdragen aan journalistiek. Dat kan variëren van reageren op journalistieke producten tot eigen materiaal aanleveren ('user-generated content'), kennis delen of content verspreiden en bewerken. Het publiek wordt zo een actieve, participerende consument (de 'prosumer').

Samenvattend refereert journalistiek aan 'het hele scala aan activiteiten dat wordt geassocieerd met het verzamelen en verspreiden van informatie voor en ten behoeve van een publiek, alsmede de vaardigheden, ambachtelijkheden, routines en conventies die individuen en groepen daarbij hanteren'.⁵ Dat is een brede definitie die aangeeft dat journalistiek bovenal een communicatieproces is. Een communicatieproces dat bovendien grote veranderingen ondergaat. De grens tussen producent en consument vervaagt. Iedereen kan via internet nieuws verspreiden op elk tijdstip. Informatie die voorheen uitsluitend voor journalisten toegankelijk was, is dat nu voor het brede publiek. Advertentie-inkomsten dalen. Oplages en kijkcijfers ook. Op redacties stijgt de werkdruk. Bezuinigingen en winstmaximalisatie zijn voor veel media-bedrijven de orde van de dag. Journalisten experimenteren met nieuwe media, formats en inhoud. Hun dagelijkse praktijk verandert. De wetenschappelijke context waarin dat veranderend communicatieproces wordt bestudeerd, is het onderwerp van de volgende paragraaf en de aanleiding voor dit boek.

5 Brants, K., & Vasterman, P. (2010). Journalism studies in Nederland: een inventarisatie. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 38, 195-214.

1.2 De studie van journalistiek

Journalism studies is de wetenschappelijke studie van journalistiek als maatschappelijk verschijnsel. Het gaat om een zich snel ontwikkelend academisch nieuwbouwproject met diverse benaderingen en tradities, internationale belangstelling en uiteenlopende onderzoeksthema's. De wetenschappelijke aandacht voor journalistiek gaat hand in hand met de veranderingen die het vak ondergaat door de opkomst van digitale media. In deze paragraaf tekenen we de krijtlijnen van de wetenschapsdiscipline die journalism studies heet. We onderscheiden vijf kenmerken, die in tabel 2 zijn weergegeven.

Tabel 2 Kenmerken van journalism studies

Parapluterm	Oorsprong	Focus	Verandering	Ontwikkelingsfase
heterogeen studieobject	Amerikaanse traditie	theorie, praktijk, opleiding	technologie, economie, samenleving	vakgebied institutionaliseert

Parapluterm

Journalism studies is een parapluterm voor de wetenschappelijke studie van journalistiek. We citeren opnieuw uit Brants en Vasterman,⁶ die het onderzoeksdomein definiëren als:

'(...) al het onderzoek dat betrekking heeft op aspecten van het journalistieke communicatieproces: zowel op de kenmerken en de omstandigheden waaronder de nieuwsproductie tot stand komt, als op de inhoud van het nieuws en de maatschappelijke gevolgen daarvan. In meer brede zin gaat het bovendien om onderzoek dat ook de context waarin dat communicatieproces plaats heeft erbij betreft: de organisatorische, economische, technologische, regulatieve en beleidsmatige omgeving, de historische, educatieve en ethische aspecten en de invloed die uit kan gaan van externe actoren als bronnen, adverteerders, politici.' (p. 198)

Een breed onderzoeksdomein met aandacht voor zowel praktijk als inhoud en receptie van journalistiek veronderstelt een multidisciplinaire benadering.

⁶ Brants, K., & Vasterman, P. (2010). Journalism studies in Nederland: een inventarisatie. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 38, 195-214.

En dus maakt journalism studies gebruik van methoden en theorieën van aanpalende wetenschapsgebieden zoals economie, politicologie, sociologie, psychologie, antropologie, geschiedenis en taalkunde om greep te krijgen op haar studieobject.

Als je wetenschappelijke tijdschriften als *Journalism*, *Digital Journalism*, *Journalism Studies* en *Journalism Practice* raadpleegt, valt op dat met name het onderzoek naar de journalistieke praktijk en inhoud goed vertegenwoordigd is met studies over brongebruik, rolperceptie, nieuwsselectie, lifestyle-journalistiek, publieksparticipatie en digitale journalistiek. Studies over de maatschappelijke gevolgen van journalistiek bestuderen onderwerpen als mediagebruik, technologie, globalisering, democratie, betrouwbaarheid en ethiek. Daarnaast is er aandacht voor verdienmodellen, technologische ontwikkelingen, opleiding, toekomstvisie, wetgeving, ethiek en deontologie (dat laatste heeft te maken met gedragsregels van journalisten). Het gros van de studies gaat over westerse vormen van journalistiek. Azië en Afrika zijn onderbelicht.

Onderzoeksjournalistiek en onderzoek naar journalistiek

Onderzoeksjournalistiek is niet te verwarren met onderzoek naar journalistiek. Onderzoeksjournalistiek is een maatschappijkritische, diepgravende vorm van journalistiek waarbij journalisten complexe thema's als mensenhandel, seksueel misbruik, criminaliteit en corruptie uitspitten. De Vlaams-Nederlandse Vereniging van Onderzoeksjournalisten (vvoj.nl) onderscheidt drie soorten:

1. Schandalen blootleggen. Gericht op het opsporen van overtredingen van wetten, regels of fatsoensnormen, door organisaties of personen.
2. Toetsing van beleid of functioneren van overheid, bedrijven en andere organisaties.

3. Signaleren van sociale, economische, politieke en culturele trends. Gericht op het opsporen van veranderingen in de samenleving.

Omwille van de complexiteit van bovenstaande thema's veronderstelt onderzoeksjournalistiek twee schaarse redactionele middelen: tijd en geld. Een politiek schandaal leg je niet bloot door een middagje te telefoneren met informanten. Een databestand als het Wikileaks-archief aanleggen neemt jaren in beslag.

Oorsprong

Journalism studies is geworteld in een Amerikaanse onderwijs- en onderzoekstraditie. Daardoor schijnt in het vakgebied de inrichting van de Anglo-Amerikaanse samenleving door. De eerste Amerikaanse scholen voor journalistiek (de zogenoemde 'J-schools' van Missouri en Columbia) werden opgericht tijdens de jaren 1910-1940. Naast journalisten opleiden besteedden de scholen ook aandacht aan toegepast onderzoek en legden zo de fundamenteën voor het vakgebied. Vanaf de jaren vijftig van de vorige eeuw raakte het onderzoek in een stroomversnelling. Communicatiewetenschappers publiceerden baanbrekende studies over journalisten als poortwachters,⁷ over agenda setting⁸ en nieuwswaarden.⁹ Die inzichten behoren nog steeds tot de kern van het vakgebied.

Vrij beroep

Het is goed om te weten dat er een tijd is geweest dat er geen scholen voor journalistiek bestonden; je werd als jongste bediende aangenomen bij radio of krant en leerde het vak al doende op de redactie. In Nederland werd de eerste opleiding voor journalisten in Utrecht in 1966 geopend.¹⁰ België had al in 1922 een opleiding in de vorm van het Instituut voor Journalisten, met – dat natuurlijk wel – een Nederlandstalige en een

Franstalige afdeling.¹¹ Sinds enkele tientallen jaren zijn er zowel in Nederland als in België met de invoering van de bachelor-masterstructuur naast de hbo-opleidingen ook universitaire (master)opleidingen op het gebied van journalistiek bijgekomen. Veel journalisten hebben trouwens helemaal geen journalistiekopleiding. Het is tenslotte nog steeds wel een vrij beroep.

7 White, D.M. (1950). The gatekeeper: A case study in the selection of news. *Journalism Quarterly*, 27, 383-390.

8 McCombs, M.E., & Shaw, D.L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36, 176-187.

9 Galtung, J., & Ruge, M.H. (1965). The Structure of Foreign News: The Presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crises in Four Norwegian Newspapers. *Journal of Peace Research*, 2, 64-90.

10 Wijffes, H. (2004). *Journalistiek in Nederland 1850-2000*. Amsterdam: Boom.

11 Sluyds, M., & Janssens, A. (z.j.). Korte geschiedenis van de AVBB en de journalistiek in België. Zie: www.ajp.be/125/geschiedenisAVBB.pdf.

Focus

Journalism studies biedt een forum aan zowel wetenschappers als praktijk-docenten en journalisten. Die aandacht voor theorie, opleiding en praktijk maakt van journalism studies een brede discipline. Tussen de journalistieke praktijk en haar wetenschappelijke studie ligt (nog te vaak) een wereld van verschil. Veel journalisten vinden dat academici ‘the bleeding obvious’¹² bestuderen. Academici menen dat journalisten te weinig kritisch naar hun vakgebied kijken. Veel journalisten zijn betrokken bij opleidingen Journalistiek, hetzij niet-rechtstreeks als stagebegeleider of als stagementor, hetzij rechtstreeks als (gast)docent of onderzoeker. Metaberichtgeving (journalistiek over journalistiek) is niet meer weg te denken uit de journalistiek. Graag citeren we hier met veel instemming Ian Hargreaves:

*Professionele journalisten, en dan vooral Britse, staan bekend om hun dedain tegenover media-onderzoekers (...) maar (...) journalisten zouden hun werk voor de burgers die ze geacht worden te dienen beter doen als ze zich eens wat kritischer zouden afvragen hoe journalistiek werkt. (vertaling WK & TvH)*¹³

Verandering

Journalism studies bestudeert journalistieke ontwikkelingen en veranderingen. Het gaat dan met name om omwentelingen op technologisch, economisch en maatschappelijk vlak. Ten eerste zorgt digitale technologie voor nieuwe journalistieke bronnen zoals Twitter en Facebook, specialismen als datajournalistiek en vraagstukken zoals de betrouwbaarheid van online informatie. Ten tweede maakt de journalistiek moeilijke economische tijden door. De advertentiemarkt is in elkaar gezakt, het verdienmodel staat op losse schroeven en veel banen zijn verdwenen door bezuinigingen of ze worden opgevuld met freelancers. Ten derde hebben mensen meer toegang tot informatie dan ooit tevoren. De stroom aan berichten, updates en nieuws is onophoudelijk en dus gaan mensen nieuws op andere manieren gebruiken en waarderen. Deze veranderingen drijven wetenschappers, journalisten en

12 Harcup, T. (2012). Questioning the ‘bleeding obvious’: What’s the point of researching journalism? *Journalism*, 13, 21-37.

13 Hargreaves, I. (2005). *Journalism: A very short introduction*. Oxford: Oxford University Press.

docenten journalistiek aan om bestaande inzichten en processen tegen het licht te houden. Die aandacht voor verandering maakt van journalism studies een wervelende discipline: normen verschuiven, vorm en stijlexperimenten zijn volop aan de gang, nieuwe fenomenen duiken op en nieuwe vraagstukken dienen zich aan. Werk voor de boeg dus.

Ontwikkelingsfase

Journalism studies maakt een proces van institutionalisering door. Studierichtingen duiken op, wetenschappelijke organisaties worden talrijker, evenals de kanalen waarin wetenschappers hun onderzoek kunnen publiceren. Dit resulteert in een stroom aan wetenschappelijke publicaties in tijdschriften en boeken, leerstoelen, internationale congressen en onderzoeksprojecten. Kortom, het vakgebied formaliseert en professionaliseert. Dit boek is er een voorbeeld van.

Samenvattend kunnen we stellen dat journalism studies een breed, multidisciplinair wetenschapsgebied is, met aandacht voor de veranderingen op het gebied van de praktijk van nieuwsproductie, de inhoud van nieuws en de maatschappelijke gevolgen daarvan, evenals de economische, technologische, culturele, historische en organisatorische context waarin journalistiek tot stand komt. Hoe journalism studies wetenschappelijke kennis produceert, komt aan bod in de volgende paragraaf.

1.3 Methoden voor journalism studies

In dit boek definiëren we journalistiek als een veranderend communicatieproces tussen producenten en consumenten, en journalism studies als de wetenschappelijke studie van de journalistieke praktijk, inhoud en effecten. In deze paragraaf introduceren we zes methoden voor journalism studies die gericht zijn op drie wetenschappelijke kernactiviteiten: **bevragen**, **observeren** en **doorlichten**, zowel kwalitatief (in woorden) als kwantitatief (in cijfers). Dit is schematisch weergegeven in tabel 3.

Tabel 3 Overzicht methoden

	Kwalitatief	Kwantitatief	Kennisobject
Bevragen	focusgroep	survey	praktijk, inhoud,
Observeren	etnografie	experiment	effecten praktijk,
Doorlichten	inhoudsanalyse	inhoudsanalyse	effecten inhoud

Je kunt zowel producenten als consumenten bevragen over journalistieke praktijken, inhouden en effecten. De technieken die daarbij worden gebruikt, zijn bekend: als je kleine groepen of individuele actoren wilt bevragen, zijn interviews aan de orde. Bevraag je grotere groepen elektronisch, telefonisch, schriftelijk of mondeling, dan gebruik je de surveymethode. Bij beide technieken stel je expliciete vragen aan de onderzochten. Hun antwoorden vormen de data waarop je je analyse stoelt.

Observationeel onderzoek naar de journalistieke praktijk en de publieke receptie ervan levert inzicht op over hoe nieuws wordt geproduceerd en hoe consumenten ermee omgaan. Met nieuwsetnografie kun je in kaart brengen hoe journalisten bronnen verwerken of hoe tieners nieuws op hun mobieltjes consumeren. Bij nieuwsetnografie staat de leefwereld van de onderzochten centraal. Bij experimenteel onderzoek bedenkt de onderzoeker een gecontroleerde setting waarin je nagaat wat de kennis-, gedrags- of houdingseffecten zijn van nieuwsconsumptie, of wat het effect is van kortere nieuwsitems op de diversiteit van het nieuws.

Naast bevragen en observeren is er nog een manier om inzicht te krijgen in het object van journalism studies. Dat is door studie te maken van journalistieke 'content': de inhoud van kranten, radioprogramma's, tv-programma's, verzamelingen persfoto's, blogs enzovoort. Er is dan ook een lange traditie van onderzoek dat zich exclusief richt op de inhoud van nieuwsmedia. We noemen dergelijk onderzoek inhoudsanalyse. Inhoudsanalyse richt zich op de inhoud van media, in principe los van het maakproces en het perceptieproces. Bij inhoudsanalyse laat de onderzoeker de inhoud spreken.

Welke methode je moet kiezen, hangt af van de middelen die je ter beschikking hebt (tijd, geld, toegang, kennis, mensen), de aard van het onderzoeksproject en het soort informatie dat je nodig hebt. Idealiter combineer je vormen van onderzoek in een zogeheten *mixed methods*-opzet, maar in de praktijk is *mixed methods*-onderzoek voor veel scriptiestudenten te

hoog gegrepen. In dit boek behandelen we om didactische redenen *mixed methods*-onderzoek niet.

Merk op dat bevragen, observeren en doorlichten drie activiteiten zijn die elkaar weliswaar niet uitsluiten, maar die wel voldoende verschillen om een apart label te krijgen. Deze drie activiteiten vormen een driedeling in het boek, waarbij telkens een kwalitatieve en een kwantitatieve variant besproken wordt. Van kwantitatieve methoden wordt wel eens gezegd dat ze ‘meten om te weten’. Kwalitatieve methoden zetten daar ‘weten om te begrijpen’ tegenover. Maar let op, het gaat hier niet om zwart-witverschillen, maar om accentverschillen. Die verschillen zetten we in tabel 4 op een rij.

Tabel 4 Kenmerken van kwalitatief en kwantitatief onderzoek

	Kwalitatief onderzoek	Kwantitatief onderzoek
Onderzoeksvraag	<ul style="list-style-type: none"> • beschrijft, verkent en/of verklaart complexe fenomenen, concepten en processen • gaat over hoe- en waaromvragen 	<ul style="list-style-type: none"> • beschrijft, voorspelt en/of verklaart een relatie tussen variabelen • gaat over hoeveel, hoe vaak, wanneer
Onderzoeksopzet	<ul style="list-style-type: none"> • is flexibel en kan bijgesteld worden tijdens het onderzoek • is gericht op natuurlijke observatie • is beredeneerd selectief 	<ul style="list-style-type: none"> • is vooraf bepaald en wordt strikt gevolgd • is gericht op gecontroleerde observatie • is theoretisch selectief
Dataverzameling	<ul style="list-style-type: none"> • gebruikt meerdere methoden • impliceert toegang tot en/of langdurig contact met en kennis van het onderzoeksveld 	<ul style="list-style-type: none"> • gebruikt een vaste procedure • veronderstelt deelname respondenten en/of medewerking van proefpersonen
Analyse	<ul style="list-style-type: none"> • interpreteert betekenis in woorden en beelden • streeft naar unieke, veelzeggende uitkomsten • genereert theorie 	<ul style="list-style-type: none"> • stelt verbanden tussen variabelen cijfermatig vast • streeft naar voorspelbare, algemeen geldende resultaten • test theorie

Onderzoeksvraag

Kwalitatieve onderzoeksvragen zijn ontworpen om complexe fenomenen, begrippen en sociale processen zoals migratie, armoede en onderwijs te beschrijven, te verkennen of te verklaren. Als er weinig bekend is over een

bepaald fenomeen, is het nuttig om met kwalitatieve methoden in kaart te brengen hoe een sociaal verschijnsel eruitziet of hoe een proces verloopt. Kwalitatieve onderzoeksvragen zijn interpretatief. Wat zijn mogelijke verklaringen voor het feit dat al het nieuws online zo op elkaar lijkt? Wat kunnen redenen zijn waardoor journalisten meer kans lopen op een burn-out dan bibliothecarissen? Hoe schrijven journalisten over journalistiek? Het gaat over brede, open onderzoeksvragen waarbij de werkelijkheidsbeleving van de onderzochten centraal staat.

Kwantitatieve onderzoeksvragen gaan over de relatie(s) tussen variabelen. Variabelen zijn meetbare onderzoekseenheden zoals hoeveel minuten spreek-tijd gasten krijgen in *Nieuwsuur* of *Terzake*, hoe vaak politici onderbroken worden tijdens televisiedebatten of welke metaforen het meest voorkomen in nieuwsberichten over de economische crisis. Kwantitatieve onderzoeksvragen beschrijven, voorspellen of verklaren relaties tussen twee of meerdere variabelen. Wat is het effect van spreek-tijd op het aantal vragen dat een studiogast kan beantwoorden? Zorgen lifestylebijlagen voor hogere verkoopcijfers van weekendedities van kranten? Bij kwantitatieve onderzoeksvragen staan de hypothese en het kennisdoel van de onderzoeker centraal.

Onderzoeksopzet

Kwalitatief onderzoek vertrekt vanuit de leefwereld – de context – van de onderzochten. Juist omdat context veranderlijk en onvoorspelbaar is, hanteert kwalitatief onderzoek een flexibele, open onderzoeksopzet die tijdens het onderzoek aangepast kan (en dikwijls moet) worden aan de context. Als je wilt observeren hoe journalisten sociale media inzetten tijdens persconferenties, houd dan rekening met de kans dat je onderzoeksobject onverwacht verandert. Je onderzoeksopzet moet die onvoorspelbaarheid aankunnen en dus voldoende flexibel zijn. Daarenboven stelt kwalitatief onderzoek prijs op natuurlijke observatie. Dat wil zeggen: je bestudeert een sociaal proces of een bepaalde groep mensen in hun natuurlijke omgeving. Geen laboratorium-experimenten dus, maar wel interviews op een redactie. Je steekproef – de selectie van informanten, je onderzoekscorpus of materiaal – is beredeneerd selectief. Daarmee bedoelen we dat je onderzoekseenheden wilt verzamelen die inhoudelijk representatief, afwijkend of net typerend zijn voor het proces of fenomeen dat je bestudeert. Zo kunnen extreme of afwijkende casussen nuttige informatie opleveren over het onderzoeksobject. Als je wilt kijken hoe journalisten nieuws selecteren, zullen redactionele routines zoals

vergaderingen en de redactieagenda handig zijn. Maar vaak is het zo dat juist wanneer bepaalde routines worden doorbroken, bijvoorbeeld bij brekend nieuws, je meer kunt leren over redactionele besluitvorming dan wanneer je enkel naar de gewone gang van zaken kijkt.

Kwantitatief onderzoek veronderstelt een stabiele, controleerbare onderzoeksomgeving. En dus krijgt de onderzoeksopzet een nauwkeurig en strikt karakter. Kwantitatieve wetenschappers werken met protocollen: procedures die voorschrijven hoe je te werk moet gaan. Vragenlijsten met een vaste structuur, experimenten met een vooraf bepaald verloop. Een kwantitatieve onderzoeksopzet manipuleert (controleert) bepaalde variabelen om er uitspraken over te doen die gelden voor de hele populatie. Je zet een enquête uit bij scholen voor journalistiek als je wilt weten wat toekomstige journalisten denken over de kwaliteit van Nederlandse kranten. De steekproef die je vervolgens trekt, moet statistisch representatief zijn voor de totale populatie van studenten journalistiek.

Dataverzameling

Kwalitatieve data zijn divers. De manieren waarop je die data verzamelt, zijn dat logischerwijs ook. Afhankelijk van de context zet je andere methoden in. Als je wilt bestuderen hoe journalisten gebruikmaken van bronnen, is het zinvol om journalisten te bevragen, maar ook om hen te observeren terwijl ze schrijven en nadien hun teksten door te lichten. Dataverzameling in kwalitatief onderzoek is procesgestuurd en contextafhankelijk. Bovendien veronderstelt kwalitatief onderzoek toegang tot en/of langdurig contact met het onderzoeksveld. Als je uitspraken wilt doen over de manieren waarop journalisten het vak onder de knie krijgen op de werkvloer (professionele socialisatie), volstaat het niet om een halve dag op een redactie door te brengen om inzicht te krijgen in zo'n complex sociaal proces. Je moet dan cyclisch te werk gaan: je observeert, bouwt een voorzichtige interpretatie op, die stel je bij in een volgende observatieronde, vervolgens leg je die bijgestelde interpretatie voor aan je informanten.

Kwantitatief onderzoek kent een rechtlijnig verloop. De onderzoeksopzet ligt van tevoren vast, je weet welke data je precies wilt verzamelen en als het goed is, heb je je onderzoeksprotocol grondig getest en bijgesteld waar nodig, werkt de software en levert je onderzoeksopzet de data op die je wilde verzamelen. Je respondenten moeten dan wel meewerken. Daar heb je er dan meestal wel

een groot aantal van nodig. Een incentive kan helpen om mensen te overtuigen om een enquête over hun kijkgedrag in te vullen: bioscooptickets, een kortingsbon, een reis verloten onder deelnemers aan je onderzoek.

Data-analyse

Kwalitatief onderzoek is interpretatief. Centraal staat het ontdekken, beschrijven, begrijpen van betekenis in een bepaalde context. De analyse van die betekenis wordt weergegeven in woorden en beelden. Juist omdat kwalitatieve onderzoeksvragen over complexe, meerduidige processen gaan, streeft de kwalitatieve onderzoeker naar unieke, veelzeggende uitkomsten die inhoudelijk representatief zijn voor het onderzoeksprobleem. Kwalitatieve analyse is een proces van inductie. Dat wil zeggen dat de interpretatie bottom-up verloopt. Inductie betekent dat je op grond van specifieke waarnemingen tot een algemenere uitspraak probeert te komen. Je weet waar je naar moet kijken, maar niet wat je moet zien. Pas door de data te ordenen, te categoriseren en te structureren krijgt de onderzoeker zicht op sociale processen. Er wordt wel eens gezegd dat kwalitatieve analyse theorie genereert die andere – kwantitatieve – onderzoekers kunnen toetsen.

Kwantitatief onderzoek streeft naar voorspelbare, algemeen geldende resultaten. Statistiek is het middel om verbanden cijfermatig vast te stellen. Als je kunt aantonen dat journalistiek vercommercialiseert door de verhouding tussen politiek nieuws en lifestylenieuws in drie landelijke kranten gedurende een periode van twintig jaar te meten, heb je een statistische maat om commercialisering te bepalen. Kwantitatief onderzoek test hypothesen cijfermatig. Daarmee kan het erg precies zeggen of een bepaalde relatie tussen onderzoekseenheden van belang is of niet.

Journalism studies in Nederland en Vlaanderen

Brants en Vasterman hebben het vakgebied journalism studies in Nederland geïnventariseerd. Journalism studies wordt bedreven aan zowel hogescholen als universiteiten. Universiteiten voeren de boventoon. Als inhoudelijke thema's van het onderzoek noemen Brants en Vasterman politieke communicatie, media-inhoud en onderzoek naar soorten en vormen van journalistiek. Wat betreft de gehanteerde onderzoeksmethode ging het in 70% van de gevallen om empirisch onderzoek. Inhoudsanalyse – zowel kwalitatief als kwantitatief – maakt daar bijna de helft van uit. In 13% van het onderzoek wordt gebruikgemaakt van surveys. Andere methoden, zoals etnografisch onderzoek, worden nauwelijks gebruikt. Opgenhaffen, D'Haenens en Corten deden een vergelijkbaar onderzoek naar

de Vlaamse praktijk. Zij vinden dezelfde thema's, met eveneens een overwicht van kwantitatieve en kwalitatieve inhoudsanalyse, op afstand gevolgd door surveys en literatuurstudie. Experimenteel onderzoek krijgt weinig aandacht.

Uit inhoudsanalytisch onderzoek blijkt dus dat inhoudsanalyse in Nederland en Vlaanderen de meest populaire onderzoeksmethode is, op afstand gevolgd door surveys, interviews, etnografie en experimenten. Wij wagen ons aan een interpretatie. Die verdeling zou wel eens oorzaken van praktische aard kunnen hebben. Inhoudsanalyse kun je op afstand doen, op je eigen kamer en in je eigen tijd. Bij experimenten en etnografisch onderzoek ben je afhankelijker van andere mensen en ze kosten vaak meer geld en onderzoekstijd.

1.4 Over dit boek

Dit boek is geen praktijkboek journalistiek. Je vindt er dus geen tips in over journalistiek schrijven of over de mogelijkheden van sociale media. Het is ook geen algemeen handboek methoden en technieken. Het is geen boek over statistiek en geen boek over theorieën van journalism studies. Het is ook geen boek over onderzoeksjournalistiek.

Wat is dit boek dan wel? Een beknopt handboek over methoden en technieken voor journalism studies. Eerste hulp bij scriptie- of ander wetenschappelijk onderzoek dus. De zes methoden van onderzoek die we bespreken zijn niet allesomvattend, maar wel representatief voor het vakgebied én haalbaar voor studenten journalistiek die hun eerste stappen zetten in zelfstandig onderzoek doen. Daarom geen *eye tracking*-onderzoek en ook geen historisch comparatief onderzoek.

Doelen

We richten ons met dit boek op beginnende onderzoekers. Het doel van het boek is dat studenten na het bestuderen ervan zelfstandig eenvoudig onderzoek kunnen opzetten en uitvoeren en zich rekenschap kunnen geven van de sterke en zwakke kanten van de gehanteerde onderzoeksmethode.

Voor docenten is het volgende wellicht van belang. Vertaald naar Dublindescriptoren doet dit boek zowel een beroep op kennis en inzicht als op het toepassen daarvan. Daarnaast wordt in de opdrachten in het boek ook een appèl gedaan op oordeelsvorming en geven we per onderzoeksmethode tips en aanwijzingen voor de communicatie over het onderzoek. Met het niveau van die deelcompetenties sluit het boek primair aan op het accreditatiekader en de kwalificaties voor bacheloropleidingen en is het geschikt voor zowel hbo- als universitaire opleidingen op het gebied van journalistiek, maar ook in bredere zin opleidingen op het gebied van communicatie en media. Voor masterniveau (met name in de alfarichtingen) biedt het boek een goede eerste kennis-making. De opgaven en de aangehaalde achtergrondliteratuur, alsmede de suggesties voor verder lezen, bieden voldoende aanknopingspunten tot zodanige verdieping van de stof dat de student in staat is onderzoek uit te voeren met een grotendeels zelfgestuurd of autonoom karakter.

De opgaven bestaan per hoofdstuk telkens uit twee series van vijf vragen: vijf kennisvragen en vijf verdiepingsvragen. De kennisvragen zijn bedoeld om studenten voor zichzelf vast te laten stellen of zij het hoofdstuk voldoende aandachtig gelezen en begrepen hebben. Hoewel deze vragen niet telkens *alle* stof per hoofdstuk afdekken, zijn ze een goede graadmeter. De verdiepingsvragen gaan wat verder en bevragen toepassing en synthese van de stof, vaak aan de hand van nieuwe situaties en artikelen. Daarmee vormt het boek een kant-en-klare cursus.

Indeling van het boek

Het boek kent drie delen: Bevragen, Observeren en Doorlichten. De hoofdstukken 2 en 3 gaan over bevragen. In hoofdstuk 2 behandelen we het focus-groepsgesprek. De survey komt in hoofdstuk 3 aan bod. In de hoofdstukken daarna staat observeren centraal. Nieuwsetnografie komt aan de orde in hoofdstuk 4. Experimenteel onderzoek is het onderwerp van hoofdstuk 5. In de hoofdstukken 6 en 7 besteden we onder de noemer ‘doorlichten’ aandacht aan kwalitatieve en kwantitatieve inhoudsanalyse.

Dit boek put rijklijk uit de overwegend Engelstalige wetenschappelijke literatuur. Om de toegankelijkheid van de hoofdstukken te waarborgen doen we zo veel mogelijk een beroep op Nederlandse termen. Er bestaat nog geen volwaardige Nederlandse equivalent voor het woord *journalism studies* en dus houden we die term voorlopig maar aan. Suggesties zijn welkom.

Elk hoofdstuk is in principe te lezen als zelfstandig hoofdstuk. De hoofdstukken beschrijven telkens hoe je zelfstandig een eenvoudig onderzoek kunt opzetten en wat de belangrijkste kenmerken van de onderzoeksmethode in kwestie zijn. Het is onvermijdelijk dat we zaken in het boek dubbel zeggen of soms twee keer op een andere manier, of verwijzen naar hoofdstukken. Sommige opmerkingen over bijvoorbeeld data van een survey gelden ook voor data van een experiment (bijvoorbeeld dat het nodig is ze zorgvuldig te administreren en te bewaren). Dat brengt dit onderwerp nu eenmaal met zich mee. Het voordeel is dat je het boek niet van kaptot kapt hoeft te lezen om de hoofdstukken te begrijpen.

1.5 Opdrachten

Kennisvragen

1. Journalistiek wordt in dit boek gedefinieerd aan de hand van zes dimensies. Noem die dimensies en geef aan hoe journalistiek daarop getypeerd wordt.
2. Wat is het object van onderzoek van het wetenschapsgebied journalism studies?
3. Welke drie hoofdvormen van onderzoeksmethoden onderscheidt dit boek?
4. Noem verschillen tussen kwalitatief en kwantitatief onderzoek ten aanzien van de onderzoeksvraag, de onderzoeksopzet, dataverzameling en de analyse van die data.
5. Wat is metabERICHTGEVING?

Verdiepingsvragen

1. Volgens Tuchman¹⁴ gaat hard nieuws over belangrijke zaken en zacht nieuws over interessante zaken. Wie denk je dat bepaalt wat belangrijk of interessant is? Leg je antwoord uit.
2. Er wordt wel eens gezegd dat journalistiek ‘the view from nowhere’ weer-geeft. Wat wordt daaronder verstaan, denk je?
3. Journalism studies maakt gebruik van aanpalende wetenschapsgebieden. Leg uit waarom journalism studies dat doet.
4. Zou je journalism studies kenmerken als een fundamentele of als een toe-gepaste wetenschap? Motiveer je antwoord.
5. Wie kunnen profijt hebben van inzichten uit journalism studies?

1.6 Meer lezen over (veranderingen in) journalistiek en journalism studies

Over journalism studies verschijnen steeds meer boeken. Gezien de ontwik-keling van het vakgebied hoeft het niet te verbazen dat de literatuur wordt gedomineerd door Amerikaanse en Britse auteurs. Hier volgt een greep uit het recente aanbod:

- Anderson, P.J., Williams, M., & Ogola, G. (2013). *The Future of Quality News Journalism: A Cross-Continental Analysis*. London: Routledge.
- Calcutt, A., & Hammond, Ph. (2011). *Journalism Studies: A Critical Introduction*. London: Routledge.
- Conboy, M. (2013). *Journalism Studies. The basics*. London: Routledge.
- Franklin, B. (2012). *The Future of Journalism*. London: Routledge.
- Franklin, B., Hamer, M., Hanna, M., Kinsey, M., & Richardson, J.E. (2005). *Key Concepts in Journalism Studies*. London: Sage.
- Stephens, M. (2014). *Beyond News: The Future of Journalism* (Columbia Journalism Review Books). Columbia: Columbia University Press.
- Thevissen, F., & Sanctorem, J. (red.) (2009). *Media en journalistiek in Vlaanderen kritisch doorgelicht*. Leuven: Van Halewyck.
- Wahl-Jorgensen, K., & Hanitzsch, Th. (Eds.) (2009). *The Handbook of Journalism Studies*. London: Routledge.
- Zagers, G. (2009). *Jonge honden. Is er nog toekomst voor de journalistiek?* Leuven: Van Halewyck.

¹⁴ Tuchman, G. (1978). *Making news: A study in the construction of reality*. New York: Mac-Millan.