**Schakelscriptie Jort Siemes (4028198)**

**pre-master Journalistiek en Nieuwe Media 23-24**

**Begeleider: Prof.dr. J.C. de Jong**

**Inhoudsopgave**

[**1.** **Inleiding** 3](#_Toc167046836)

[**2. Theoretisch kader** 4](#_Toc167046837)

[**2.1 lokale journalistiek:** 4](#_Toc167046838)

[**2.2 Redenen voor samenwerking en fusie van lokale kranten:** 5](#_Toc167046839)

[**3. Methode** 8](#_Toc167046840)

[**3.2 Semigestructureerde diepte-interviews** 8](#_Toc167046841)

[4. Resultaten 12](#_Toc167046842)

[**Bronnen** 13](#_Toc167046843)

# **Inleiding**

De wereld van de regionale journalistiek heeft de laatste twintig jaar ingrijpende ondergaan. Kleine regionale kranten, die ooit als de spreekbuis van lokale gemeenschappen fungeerden, worden steeds vaker opgenomen in grotere mediagroepen als onderdeel van een strategie om operationele efficiëntie te vergroten en economische schaalvoordelen te behalen. Een voorbeeld van deze trend is de samensmelting van de ‘Zenderstreek’ van IJsselstein met ‘Het Kontakt’, een groter bedrijf die nog eens twintig andere regionale kranten omvat. Deze overname roept belangrijke vragen op over de impact ervan op de inhoud en functie van lokale regionale kranten. Terwijl voorstanders van samenwerking wijzen op potentiële voordelen zoals verbeterde financiële stabiliteit en toegang tot meer middelen, bestaat er bezorgdheid over mogelijke negatieve gevolgen voor de redactionele onafhankelijkheid, diversiteit van nieuwsberichtgeving en betrokkenheid van lokale gemeenschappen.

Dit onderzoek richt zich op het verkennen van de implicaties van de fusie van kleine regionale kranten binnen grotere mediagroepen, met bijzondere aandacht voor de casus voor de samensmelting van de Zenderstreek van IJsselstein met Het Kontakt. Door diepgaande interviews over de ontwikkelingen in de redactionele samenstelling, berichtgeving en betrokkenheid van lezers, streeft dit onderzoek ernaar inzicht te bieden in de veranderende dynamiek van regionale journalistiek en de consequenties daarvan voor lokale gemeenschappen.

De hoofdvraag van dit onderzoek is dan ook: *"Wat zijn de implicaties van een fusie van kleine regionale kranten, zoals de Zenderstreek van IJsselstein, binnen een grotere entiteit zoals Het Kontakt, voor de inhoudelijke samenstelling en functie van de krant?"*

# **2. Theoretisch kader**

Naast de rol van informateur, wordt de journalistiek van oudsher gezien als de vierde macht (Deuze, 2005). De lokale journalist onderscheidt zich van landelijke journalisten doordat nabijheid een grotere rol speelt in het werkveld: lokale journalisten zijn afhankelijk van de bronnen in de gemeenschap waarin ze zelf actief deelnemen (Nielsen, 2015). Dit zorgt voor een andere invulling van de functies van journalistiek. Daarom zet dit theoretisch kader allereerst de landelijke en internationale functies uiteen.

### **2.1 lokale journalistiek:**

**2.1.1 Functies van lokale journalistiek:**

Beschrijven van de rol van lokale kranten binnen de media-ecologie. Onderzoek naar de functies van lokale kranten, zoals informatieverstrekking, gemeenschapsvorming en controle van de lokale overheid. Verder analyseren van het bereik en de invloed van lokale kranten binnen hun gemeenschappen. Onderzoek de evolutie van lokale kranten in het digitale tijdperk en hun aanpassingen aan nieuwe mediaplatforms.

Om deze functies vanuit het perspectief van lezers te omschrijven heeft (Meijer, 2020) er vijf opgesteld: (ZIJN NIET ALLEMAAL FUNCTIES)

* Reciprocity and audience responsivity as core practices

Door de nadruk te leggen op publieke verbinding als een vitaal aspect dat respectvolle berichtgeving, constructieve berichtgeving en het aanbieden van zowel serieuze als luchtige gespreksonderwerpen met elkaar verbindt, waardoor persoonlijke netwerken en burgerschapsidentiteit worden bevorderd.

* Learning about the area

De waarde te erkennen van het eren van complexiteit, in het bijzonder door het vertellen van verhalen vanuit de gemeenschap en het kiezen van een realistische maar constructieve en soms humoristische benadering.

* Stories from within: holding the community together and recognizing difference

Het begrijpen van de regio is essentieel voor het creëren van een gemeenschappelijk referentiekader, het bevorderen van een gevoel van plaats en het stimuleren van een gevoel van erbij horen onder de bewoners.

* Facilitating local orientation: important, findable and connected news

De professionele waarde van publieksgerichtheid te benadrukken, die de groeiende assertiviteit van het publiek weerspiegelt en het belang van betrokkenheid bij de gemeenschap voor succesvolle journalistieke bedrijfsmodellen onderstreept.

* Honouring complexity: providing a layered and ‘realist’ representation of the region

Gebruikers van lokaal nieuws de wens uiten om onderwerpen zoals natuur, milieu en geschiedenis grondiger te verslaan, wat wijst op een behoefte aan een bredere en uitgebreidere berichtgeving die verder gaat dan conventionele nieuwsverslagen.

"Dit benadrukt het belang van waardevolle journalistiek bij het overbruggen van de kloof tussen marketing gedreven populariteit, die vaak gericht is op het aantrekken van een breed publiek zonder diepgang, en journalistieke integriteit, die gericht is op het nauwkeurig en objectief informeren van burgers over belangrijke maatschappelijke kwesties."

Informerende functie

Controlerende functie

Waakhondfunctie

Bindende functie

Kranten spelen een belangrijke rol bij het bekendmaken van nieuwe regio's aan de bevolking en dragen bij aan de gelaagdheid van identiteiten binnen gevestigde regio's. (Van Gorp & Terlouw, 2017)

2.1.2 problemen rondom lokale journalistiek

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. (Kik, Bakker, & Buijs, 2013) Verschillen tussen provincies worden benadrukt, met regio's als Friesland en Groningen met een hogere concentratie van media in vergelijking met gebieden als Flevoland en Zeeland. (Kik, Bakker, & Buijs, 2013) Er is een duidelijke verschuiving naar online nieuwsplatforms, waarbij een aanzienlijk deel van het digitale lokale nieuws afkomstig is van traditionele mediabronnen, wat duidt op een trend van aggregatie en herdistributie van nieuwscontent. (Kik, Bakker, & Buijs, 2013)

**2.1.3 Functies van huis-aan-huisblad:**

## **2.2 Redenen voor samenwerking en fusie van lokale kranten:**

Het onderzoek richt zich op de identificatie van economische, technologische en sociale factoren die hebben bijgedragen aan de toename van fusies onder lokale kranten. Daarnaast wordt de impact van dalende advertentie-inkomsten en abonnementen op de financiële stabiliteit van deze kranten geanalyseerd. Het onderzoek zal ook de gevolgen van deze fusies voor redactioneel beleid, verslaggeving en de relatie met de lokale gemeenschap onderzoeken.

Online initiatieven ontstaan vaak in gebieden waar al relatief veel media zijn. (Kik, Bakker, & Buijs, 2013)

Eerst korte schets van de problemen bij lokale media (niet vergeten toe te spitsen op HAH

Samenwerking wordt gezien als een oplossing voor de uitdagingen waar de lokale media voor staan. We staan voor het "collaboratieve tijdperk", mogelijk gemaakt door digitale platforms en tools (Martinez de la Serna, 2018). Samenwerking is met name omarmd als instrument voor het verhogen van de kwaliteit en kwantiteit van onderzoeksjournalistiek en het bevorderen van multimediale, data- en crowdsourced media, data en crowdsourced journalistiek (Carson en Farhall, 2018). Hoewel spraakmakende samenwerkingen met bekende nieuwsbedrijven de meeste aandacht trekken, hebben veel kleinere en meer gespecialiseerde organisaties de verschuiving omarmd.

Onderzoek van (Jenkins & Graves, 2024) stellen drie ideale samenwerkingsvormen voor - hier aangeduid als de co-op, contractor en NGO modellen, die specifiek zijn voor lokale nieuwsvoorziening en potentieel toepasbaar zijn op soortgelijke inspanningen over de hele wereld.

* **Co-op model**

Lännen Media, een gezamenlijk nieuwsagentschap gevormd door 11 regionale dagbladen in Finland, werkt als een coöperatie waarin de aangesloten kranten hun middelen bundelen om de nationale en internationale berichtgeving te verbeteren. Met 40 fulltime journalisten en toezicht van vier redacteuren produceert de coöperatie een dagelijks katern dat exclusief beschikbaar is via de aangesloten kranten. Door te focussen op complementaire content en door duplicatie te vermijden, stelt Lännen Media de aangesloten kranten in staat om hun regionale en lokale focus te behouden en tegelijkertijd te profiteren van een bredere dekking. Er blijven echter uitdagingen zoals het behoud van redactionele kwaliteit en het bedenken van een duurzame paywall-strategie. Over het geheel genomen bevordert het coöperatieve model kostenefficiëntie, samenwerking en sterkere banden tussen de aangesloten kranten en navigeert het door het veranderende digitale medialandschap in Finland. (Jenkins & Graves, 2024)

* Contractor model (aannemersmodel)

Het onderzoek "L'Italia Delle Slot" maakt gebruik van een aannemersmodel voor samenwerking, waarbij een grote nieuwsuitgever wordt verenigd met twee start-ups op het gebied van datajournalistiek. De samenwerking, die in 2013 van start ging, maakte gebruik van innovatieve benaderingen van online journalistiek om de prevalentie van gokautomaten in Italië en hun impact te onderzoeken. Datasets samengesteld door de start-ups, Effecinque en Dataninja, vergemakkelijkten de samenwerking met de GEDI Group, waar Dataninja werd ingehuurd om opgeschoonde en geanalyseerde gegevens te leveren. Effecinque en Dataninja boden lokale kranten ook training aan over het interpreteren en integreren van gegevens in verslaggeving. Deze samenwerking maakte impactvolle lokale onderzoeken mogelijk, terwijl de start-ups economisch voordeel hadden door gedeelde expertise en zichtbaarheid in nationale en lokale kranten. Het kortetermijnmodel zorgde voor flexibiliteit en duurzaamheid, met mogelijkheden voor toekomstige samenwerkingen en de overdracht van vaardigheden aan lokale journalisten. Over het algemeen verbeterde het partnerschap de journalistieke reputatie en het aanpassingsvermogen in het veranderende medialandschap. (Jenkins & Graves, 2024)

* NGO-model

Het Bureau Local, een uitloper van het Bureau of Investigative Journalism, gebruikt een NGO-model om lokale onderzoeksverslaggeving in het Verenigd Koninkrijk te versterken. Het Bureau Local is opgericht in 2017 en faciliteert journalistieke samenwerking tussen verschillende nieuwsorganisaties, waaronder regionale BBC-bureaus, commerciële kranten en onafhankelijke dagbladen, maar ook met niet-journalisten zoals technologen en activisten. De organisatie coördineert op projecten gebaseerde onderzoeken naar nationale kwesties zoals dakloosheid en lokale overheidsuitgaven, waarbij spanningen tussen concurrenten op verhaalniveau worden opgelost. Door middelen, training en ondersteuning te bieden, bevordert The Bureau Local een vrijwilligersethos en maximaliseert het de impact door middel van gecoördineerde publicatieschema's. Hoewel het model enige controle over het uitbrengen van verhalen opoffert, ondersteunt het op economische wijze lokale onderzoeken en draagt het bij aan capaciteitsopbouw op de lange termijn, duurzaamheid en mogelijke toekomstige samenwerkingen. Om de levensvatbaarheid op lange termijn te garanderen, onderzoekt The Bureau Local alternatieve financiële modellen, waaronder betaalde lidmaatschappen, naast de huidige financiering uit subsidies en donaties. (Jenkins & Graves, 2024)

**2.2.2 Financiën**

De reguliere krantenmarkt is een typisch voorbeeld van een zogenaamde tweezijdige markt: Uitgevers verkopen inhoud aan lezers en advertentieslots aan adverteerders, waarbij rekening wordt gehouden met het feit dat de vraag naar advertenties in een krant positief afhangt van de oplage en dat lezers beïnvloed kunnen worden door het aantal advertenties in de krant (Filistrucchi, Klein, & Michielsen, 2012). De wereld van de huis-aan-huis krant is nog wat anders die bestaan namelijk uit een veel groter gedeelte aan advertenties en worden niet verkocht aan lezers. De daling van advertentie opbrengsten komt daardoor bij deze krantenvariant extra hard aan. Onderbuurland België is de afgelopen decennia getuige geweest van een “grote consolidatiegolf in de krantensector. De krantensector in de afgelopen decennia. In 2004 waren de twee grootste uitgevers-De Persgroep en VUM samen goed voor ongeveer 60% van alle verkochte kranten” (Van Cayseele & Vanormelingen, 2019).

Nadelen van consolidatie is marktwerking rondom grootste inkomstenbron advertenties gemiddeld verantwoordelijk voor 50% van de inkomsten. De advertentieplekken worden verkocht vaak voor een korting aan grote bedrijven die door de consolidatie een bundel van allemaal kranten in een keer kopen om in te adverteren. De kortingen bedragen gemiddeld 30-35% van de catalogusprijzen en werden voornamelijk gegeven aan grote bedrijven die in meerdere kranten tegelijk adverteren. (Van Cayseele & Vanormelingen, 2019).

Intuïtief gezien ontleent een bedrijf een bepaalde waarde aan het plaatsen van een advertentie in een krant. Deze waarde hangt af van hoeveel haar winst zal toenemen als reactie op de advertentiecampagne in de krant. Bijgevolg is het waarschijnlijk een functie van het aantal krantenlezers, de kenmerken daarvan en de waarschijnlijkheid dat de consument de advertentie leest en onthoudt. Als er geen overlap is in het lezerspubliek van kranten10 , zou er geen afweging moeten zijn in de beslissing om advertentieruimte te kopen in verschillende kranten. (Van Cayseele & Vanormelingen, 2019)

**2.3 Impact van een fusie op lokale krant**

De fusie kan leiden tot een verandering in de berichtgeving over lokaal nieuws en lokale evenementen, wat gevolgen kan hebben voor de vertegenwoordiging van specifieke regio's binnen de grotere entiteit. (Van Gorp & Terlouw, 2017)

Het kan leiden tot een meer gestandaardiseerde aanpak van berichtgeving, waardoor de unieke kenmerken en identiteiten van individuele regio's kunnen verwateren. (Van Gorp & Terlouw, 2017)

De selectie van inhoud en de redactionele focus kunnen verschuiven naar algemenere onderwerpen voor een breder publiek, waarbij mogelijk de specifieke belangen en zorgen van kleinere regio's over het hoofd worden gezien. (Van Gorp & Terlouw, 2017)

Oplossing: ENGAGED JOURNALISM Het publiek van de interventiesites van engaged journalism beoordeelde de nieuwswaarde als hoger en beoordeelde de nieuwssites positiever in vergelijking met de controlesites. Dit suggereert dat geëngageerde journalistiek niet alleen het aantal abonnementen deed toenemen, maar ook de perceptie van de nieuwssites door het publiek verbeterde, wat de positieve impact van het opbouwen van relaties met het publiek benadrukt. (Stroud & Van Duyn, 2023) (Stroud & Van Duyn, 2023) Het initiatief voor betrokken journalistiek dat op 20 nieuwssites werd geïmplementeerd, leidde na verloop van tijd tot meer abonnementen en positievere publieksevaluaties. Dit initiatief resulteerde in meer abonnementen en een betere perceptie van het publiek, wat aangeeft dat het opbouwen van relaties met het publiek door middel van betrokken journalistiek lokale nieuwssites ten goede kan komen.

De interventie van engaged journalism had een significant effect op nieuwe abonnementen, maar geen effect op abonnementsverlengingen. Er waren geen verschillen in het dagelijkse aantal abonnementsvernieuwingen tussen de interventielocaties en de controlelocaties, wat het idee ondersteunt dat het initiatief voor betrokken journalistiek vooral invloed had op nieuwe abonnementen. (Stroud & Van Duyn, 2023)

# **3. Methode**

Als methode voor dit onderzoek zijn semigestructureerde diepte-interviews ingezet. Deze onderzoeksvorm zorgt namelijk voor waardevolle inzichten doordat er ruimte is voor vervolgvragen en verdieping (WAAROP, veel uitgebreider uitleggen) (Rubin & Rubin, 2011).

**3.1 Onderzoeksobject**

**3.1.1 Zenderstreek**

De Havenloods is een lokaal huis-aan-huisblad dat verspreid wordt in een groot aantal wijken van de gemeente Rotterdam. Het richt zich voornamelijk op lokale nieuwsberichten, evenementen, en ontwikkelingen van de stad. Het blad wordt doorgaans gezien als een belangrijke bron van informatie voor de bewoners van Rotterdam, omdat het nauwlettend de gebeurtenissen en veranderingen in de stad volgt. Het biedt niet alleen nieuws, maar ook achtergrondverhalen en human interest-stukken die de diversiteit en dynamiek van Rotterdam weerspiegelen.

**3.1.2 Het Kontakt**

Het Leids Nieuwsblad is een vergelijkbaar lokaal huis-aan-huisblad dat zich richt op de gemeente Leiden en omliggende gebieden. Het heeft een vergelijkbare functie als De Havenloods, waarbij het lokale nieuws, evenementen en andere ontwikkelingen in de regio verslaat. Het Leids Nieuwsblad heeft een lange geschiedenis en heeft een gevestigde reputatie als een betrouwbare bron van informatie voor de inwoners van Leiden.

## **3.2 Semigestructureerde diepte-interviews**

Kwalitatieve diepte-interviews vormen de meest geschikte methode om informatie te verzamelen voor onderzoeksvragen die individuele ervaringen belichten (Brinkmann, 2013). Aangezien deze studie zich richt op de inzichten van journalisten en werknemers van ‘Het Kontakt’, zijn semigestructureerde-interviews een passende benadering. Het verkennen van normatieve opvattingen vormt een essentieel aspect van kwalitatief onderzoek (Koetsenruijter & Van Hout, 2018), waarvoor diepgaande gesprekken nodig zijn om een grondig begrip te bereiken. Diepte-interviews bieden deze mogelijkheid.

Bovendien heeft de onderzoeksvraag een verkennend karakter, gericht op implicaties van een fusie en samenwerkingen van regionale kranten. De contextuele benadering van kwalitatief onderzoek past goed bij dergelijke verkenningen (Koetsenruijter & Van Hout, 2018).

Voor de diepte-interviews is een semigestructureerde aanpak gekozen, waarbij de onderzoeker een topiclijst hanteert maar ook ruimte biedt voor vervolgvragen en verdieping op basis van de antwoorden van respondenten. Het stellen van deze verdiepende vragen voegt waarde toe aan de kwalitatieve interviews (Rubin & Rubin, 2011), en is in lijn met het normatieve aspect van de onderzoeksvraag.

Een volledig ongestructureerd interview kan leiden tot een overdaad aan informatie, terwijl een volledig gestructureerd interview te beperkend is en niet de mogelijkheid biedt om diepgaand door te vragen, wat niet gunstig is voor het begrip van de normatieve aspecten van de onderzoeksvraag. Daarom is de semigestructureerde aanpak de juiste keuze voor dit onderzoek.

**3.3 Interviewkandidaten**

**3.3.1 Kandidatenselectie**

**Geïnterviewden**

In totaal zijn X interviews afgenomen, waarvan X met communicatieprofessionals en X met lokale journalisten. Zie bijlage X voor de lijst met geïnterviewden. De respondenten zijn geworven via het eigen netwerk van de onderzoeker. De lokale journalisten bestaan niet enkel uit redacteuren van het Nieuwsblad Den Haag, maar ook uit een redacteur van Den Haag Centraal (een betaalde lokale krant) \*en mogelijk nog een. Hierdoor heeft dit onderzoek de mogelijkheid om informatie te verzamelen over de manier waarop deze redacteuren tegen de concurrent aankijken. Daarnaast ontstaat er inzicht in hoe het verschil tussen betaalde- en niet betaalde lokale kranten de journalistieke functies vervullen.

Verder naderhand nog verwerken in deze alinea:

- Gesprekken duurden doorgaans X minuten/ uur

- Respondenten gaven toestemming voor citeren

- Of het behaald aantal respondenten hoger of lager ligt dan beoogd (en waarom)

**3.3.2 Verantwoording Kandidatenselectie**

**3.4 Topiclijst**

De topic list voor de interviews bestaat uit vier gespreksonderwerpen: de journalistieke functies, trends in het lokale medialandschap, de identiteit van de lokale journalist en de rol van de gemeente. Deze vier gespreksonderwerpen zijn gebaseerd op de onderzoeksvraag en literatuur in het theoretisch kader. Een zo open mogelijke formulering van de interviewvragen voorkomt sturing van respons. Dit is te bereiken door in de vragen geen gebruik te maken van kwalificaties of antwoordcategorieën (Evers, 2015, - 65-67). Aan de hand van deze criteria zijn de interviewvragen opgesteld. Zie bijlage X voor de volledige topic list.

**Journalistieke functies**

Direct vragen naar de vervulling van deze journalistieke functies, maakt basale beantwoording van de onderzoeksvraag mogelijk.

1. Bindende functie: Op welke manier draagt blad X bij aan binding met de gemeenschap?

- Wat doet u om de band met de lezer te behouden en versterken?

2. Controlerende functie: Op welke manier fungeert blad X als een waakhond binnen de gemeenschap?

- Hoe vaak krijgt blad X commentaar op geschreven stukken?

- Is er plek voor de controlerende functie als het nog niet zeer rendabel is?

3. Informerende functie: Op welke manier informeert blad X zijn lezers over gebeurtenissen?

- Hoe bepaalt blad X welke onderwerpen nieuwswaardig genoeg zijn voor publicatie?

**Trends in het lokale medialandschap**

Door te vragen naar de trends in het lokale medialandschap, ontstaat inzicht in de invloed van deze trends op het vervullen van de journalistieke functies.

4. Welke trends in het lokale medialandschap signaleert u?

5. Op welke manier hebben deze trends een positieve, dan wel negatieve invloed op de werkwijze van blad X?

**Identiteit van de lokale journalist**

Door te vragen naar de kenmerken van de lokale journalist, kan worden gekeken of respondenten kenmerken noemen die aansluiten bij eigenschappen die nodig zijn om de journalistieke functies te vervullen.

6. Wat zijn volgens u kenmerken van de lokale journalist?

**Rol van de gemeente**

Door de invloed van corporate communicatie is het voor dit onderzoek, met name voor de vervulling van de informerende en controlerende functie, relevant om te vragen naar de manier waarop het huis-aan-huisblad en de gemeente zich tot elkaar verhouden.

7. Hoe behoudt blad X zijn onafhankelijkheid ten opzichte van de gemeente? (aan journalisten)

8. Op welke manier werkt de gemeente samen met journalisten van blad X? (aan communicatieprofessionals)

Afsluiting

9. Zijn er dingen tijdens dit gesprek tijdens dit gesprek niet voorbijgekomen, die toch relevant zijn om te noemen?

**3.5 Analyse**

De semigestructureerde diepte-interviews worden opgenomen met een telefoon, zodat deze opnames uitgewerkt kunnen worden in een transcript. Deze transcripten vormen het corpus voor de kwalitatieve inhoudsanalyse. Deze analyse vindt plaats door te coderen. De codering maakt het mogelijk om opvallende zaken en patronen in het corpus bloot te leggen (Koetsenruijter & Van Hout, 2018). Het doel hiervan is om een lijst op te stellen van manieren waarop de journalistieke functies worden vervuld in de ogen van betrokken journalisten en communicatieprofessionals.

Allereerst worden uit de transcripten relevante thema’s gemarkeerd volgens een kleurensysteem; iedere categorie die bij elkaar hoort krijgt dezelfde kleur toegediend. Na deze categorieën bestudeerd te hebben, worden er X hoofthema’s onderscheidt, die een apart label krijgen. De categorieën worden hierdoor teruggebracht tot een X-aantal manieren waarop de journalistieke functies vervuld worden. De codering is hierdoor data reducerend (Koetsenruijter & Van Hout, 2018). Door dit analyseproces steeds te herhalen, wordt de lijst van manieren aangevuld totdat er geen nieuwe manieren meer te herkennen zijn (Koetsenruijter & Van Hout, 2018).

**3.5.1 Codeboek**

**3.5.1 Validiteit en betrouwbaarheid**

Een nadeel van de kwalitatieve analyse is ‘cherry picking’: het selectief uitlichten van resultaten om een gewenste conclusie naar voren te brengen (Koetsenruijter & Van Hout, 2018). Hierdoor is het van belang om aandacht te besteden aan validiteit en betrouwbaarheid.

**Validiteit**

Door te kijken of de opgestelde lijst vanuit de codering aansluit bij de onderzoeksvraag, waarborgt deze thesis de validiteit. Hierbij wordt in de gaten gehouden of de opgestelde categorieën niet overlappend zijn of de onderzoeksvraag niet dekken. Om tot relevante respons- en dus passende categorieën- te komen, volgt dit onderzoek strikt de vraagstelling die is vastgelegd in de topic lijst (bijlage X).

**Betrouwbaarheid**

Om betrouwbaarheid te verhogen, wordt in deze thesis op transparante wijze gedocumenteerd hoe te werk is gegaan. Daarnaast wordt in de transcripten gezocht naar uitspraken die ingaan tegen de ‘veel voorkomende’ uitspraken. Hierdoor komt naar voren dat niet één bepaalde mening voor iedere respondent geldt. Bovendien waarborgt dit onderzoek de betrouwbaarheid door voldoende voorbeelden te tonen in de resultaten (Koetsenruijter & Van Hout, 2018).

Het feit dat in dit onderzoek naast lokale journalisten ook communicatieprofessionals bevraagt, leidt tot gewichtigere en betrouwbare resultaten. Deze doelgroep heeft namelijk geen direct belang bij de uitkomsten van het onderzoek, waardoor het risico op sociaal wenselijke antwoorden verkleind is (De jong & Koetsenruijter, 2019).

# **4. Resultaten**

Door deze vraag te verkennen, hoop ik een bijdrage te leveren aan het begrip van de huidige transformaties in de regionale journalistiek en de bredere gevolgen daarvan voor de lokale nieuwsvoorziening en gemeenschapsvorming.

# **Bronnen**

Filistrucchi, L., Klein, T. J., & Michielsen, T. O. (2012). ASSESSING UNILATERAL MERGER EFFECTS IN A TWO-SIDED MARKET: AN APPLICATION TOTHE DUTCHDAILY NEWSPAPER MARKET. *Journal of Competition Law & Economics*, 297-329.

Jenkins, J., & Graves, L. (2024). Do More with Less: Minimizing Competitive Tensions in Collaborative Local Journalism. *Digital Journalism*, 101-120.

Karlsson, M., & Hellekant Rowe, E. (2019). Local Journalism when the Journalists Leave Town: Probing the news gap that hyperlocal media are supposed to fill. *Nordicom Review*, 15-29.

Kik, Q., Bakker, P., & Buijs, L. (2013). Meer lokaal nieuwsaanbod, meer van hetzelfde nieuws. *Tijdschrift voor communicatiewetenschap*, 387-401.

Koetsenruijter, W., & de Jong, J. (2023). The Rhetoric of Trust in Local News Media: Proximity as a Quintessential News Quality. *Rhetoric and communications*, 9-28.

Meijer, I. C. (2020). What Does the Audience Experience as Valuable Local Journalism? *The Routledge Companion to Local Media and Journalism*, 357-367.

Stroud, N. J., & Van Duyn, E. (2023). Curbing the decline of local news by building relationships with the audience. *Journal of Communication*, 452-462.

Van Cayseele, P., & Vanormelingen, S. (2019). Merger Analysis in Two-Sided Markets: The Belgian Newspaper Industry. *New York: Springer Science + Business Media*, 509-541.

Van Gorp, B., & Terlouw, K. (2017). Making News: Newspapers and the Institutionalisation of New Regions. *Tijdschrift voor economische en sociale geografie*, 718-736.

(Koetsenruijter & de Jong, 2023)

Een goed geïnformeerd publiek kan beter deelnemen aan een democratie.

Negatieve resultaten van het verdwijnen van lokale journalistiek: [16]

- hogere lonen bij de overheid

- hogere belastinginkomsten

- polariseren stemgedrag

- moedigen split-ticket aan

- minder uniform partijgebonden stemmen

- minder federale uitgaven

- minder cohesie in gemeenschappen

2 grote problemen

Afname in advertenties & Concurrentie met sociale media

Op te lossen door lokale journalistiek te gaan zien als een merit good: zoals ziekenhuizen en bibliotheek

Resultaten onderzoek van (Koetsenruijter & de Jong, 2023) laten met zeven categorieën zien hoe journalisten de manieren waarop ze het concept van nabijheid waarderen en gebruiken als retorisch middel in hun dagelijkse praktijk.

**Scope** Nationale sportevenementen zijn geen specifieke gebeurtenissen voor lokale nieuwsmedia, behalve wanneer een lokale sporter iets presteert op een nationaal podium. Dit is een voorbeeld van wat Shoemaker et al. (2007) scope noemen: niet de inhoud van het nieuws is lokaal, maar er wordt een scope gekozen om het lokaal te maken.

**Language and local culture** Aandacht voor de lokale taal en dialect is een manier om te laten zien dat een nieuwsmedium of een journa-lijst bekend is met de lokale cultuur. Een regio met een sterke identiteit in Nederland is bijvoorbeeld Limburg, een provincie in het zuiden. Van Peij (2019) [70] ziet dialect als vehikel en spiegel van cultuur en identiteit.

**Home grown** Geïnterviewden geven aan dat het essentieel is dat hun werk van eigen bodem komt: dat hun artikelen origineel werk zijn, geen persberichten of directe overnames van andere nieuwsmedia.

**Small scale** Because local journalists often live in the place they write about, they always have their “news antennae” on when they walk down the street. The news happens literally and figuratively at their feet: traffic accidents, strange construction sites, blue-green algae in their swimming water. These topics are visible in the daily lives of the readers. What is not news for national media, is often news for local media. These newsworthy subjects are often very small things**.**

**Pride** Omdat lokale journalisten vaak wonen op de plek waarover ze schrijven, hebben ze altijd hun "nieuwsantenne" aan staan als ze over straat lopen. Het nieuws gebeurt letterlijk en figuurlijk aan hun voeten: verkeersongevallen, vreemde bouwplaatsen, blauwalg in hun zwemwater. Deze onderwerpen zijn zichtbaar in het dagelijkse leven van de lezers. Wat geen nieuws is voor nationale media, is vaak wel nieuws voor lokale media. Deze nieuwswaardige onderwerpen zijn vaak heel kleine dingen.

**Social cohesion** Communication professionals as well as many journalists see “connecting” and social cohesion as an important function of local journalism. For some of them, social cohesion is an important goal and for others, it is only seen as a side effect. Barry Raymakers as well as Ib Haarsma see social cohesion as a goal of local journalism**.**

**Social pressure and independency** Nogal wat geïnterviewden noemden de schaduwzijde van nabijheid in de lokale journalistiek. Marianka Peters (redacteur Goudse Post) ervaart de grote mate van nabijheid soms als een probleem voor de waakhondfunctie van lokale journalistiek: het is moeilijk om kritisch te zijn over de burgemeester van je stad als hij je buurman is:

Verschil proximity of the news/proximity of the journalist:

In the nine categories in this section we make a distinction between proximity in the news and proximity of the journalist. The first category has to do with the content of the news: the subjects and people. It concerns local events, changes in local infrastructure, politics, economy, culture, sports, and the way reporters emphasize their importance. With localism in the news, we are dealing with the geographical proximity of the news. References can be found in many interviews. Dealing with local subjects is part of the way proximity is established. Local journalists who work where they live, get the news by just moving through the city; they get tips and ideas on the road and during shopping. They find their news topics more often than national journalists from their private lives. From what they hear during parties, while shopping, or from what happened to their children:

Proximity of the journalist:

The idea that local journalists have to originate in the area they are writing about is very often mentioned. This idea of origin is connected with issues about local knowledge and feeling comfortable working in your own environment. When asked if it is even possible that local journalists live in another town than they work, Chris de Waard, a local journalist from the city of Leiden sees problems: The localism of the journalist also has to do with references to local history and customs, habits, and traditions. And it is vital for a local journalist to be around in the area:

(Karlsson & Hellekant Rowe, 2019)