

'Alle theorieën over de gaskraan  
kunnen de ijskast in'

Bayern viert goede seizoenstart  
op Oktoberfest

'Ouders, bescherm kinderen tegen  
omvallende flatscreen-tv'

Minder treinen in ochtendspits door  
koperdiefstal

Opstaan voor de superbloedmaan, dat deden  
er velen

Vluchtelingencrisis: tot nu toe 25.000  
asielzoekers dit jaar

De Telegraaf publiceert  
documenten ProRail

Shell stopt met olieboringen in  
Alaska

Bewijs voor stromend water op  
Mars

# DE NIEUWSWAARDIGHEID VAN HET NIEUWS

NIEUWSFACTOREN EN NIEUWSWAARDEN IN DE  
ONLINE NIEUWSVOORZIENING VAN NOS EN RTL NIEUWS

JOCELYNE SMIT (4294955)

MASTER FILM- EN TELEVISIEWETENSCHAP

MASTERSCRIPTIE (MCMV04009)

2015-2016, BLOK 1

9 NOVEMBER 2015

BEGELEIDER: FRANK HAKEMULDER

TWEEDE LEZER: ANDRÉ VAN DER VELDEN

# Inhoudsopgave

Samenvatting .....	2
Lijst met Figuren en Illustraties.....	3
1. Inleiding .....	4
2. Theoretisch Kader.....	7
2.1 Nieuwswaardigheid gedefinieerd: nieuwsfactoren en nieuwswaarden .....	7
2.2 Nieuwswaardigheid van online nieuws .....	11
3. Methode.....	14
4. Analyseresultaten .....	19
4.1 Nieuwswaardige onderwerpen: geografie en thema's.....	19
4.2 Nieuwswaardige thema's in relatie tot de wijze van verslaggeving.....	23
4.3 Nieuwsfactoren: aanwezigheid, subcategorieën en combinaties .....	27
5. Conclusie.....	41
6. Bibliografie.....	44
7. Bijlage: Codeboek.....	47
8. Verklaring Intellectueel Eigendom .....	60

*Afbeeldingen voorpagina: afkomstig van nos.nl en rtlnieuws.nl, onderdeel van de steekproef. Geraadpleegd in de week van 28 september 2015 tot en met 4 oktober 2015. <http://nos.nl/>. <http://www.rtlnieuws.nl/>.*

## Samenvatting

Recentelijk zijn er verscheidene onderzoeken uitgevoerd naar de nieuwswaardigheid van online nieuws. De focus van deze onderzoeken lag op buitenlandse media, waarbij hoofdzakelijk het nieuws op websites van papieren kranten is geanalyseerd. Websites van televisienieuwsmedia zijn daarentegen grotendeels genegeerd. Dit is opmerkelijk aangezien zij eveneens in grote getale op internet aanwezig zijn. Dit onderzoek tracht deze gaten in het wetenschappelijk debat over online nieuwsselectie op te vullen door in te gaan op het vraagstuk wat voor soort online nieuws Nederlandse televisienieuwsmedia nieuwswaardig achten. Dit wordt gedaan door het uitvoeren van een inhoudsanalyse van nieuwsberichten op de startpagina's van rlnieuws.nl en nos.nl. Aspecten die onderzocht worden zijn de onderwerpen van de artikelen, de grafische constructie daarvan, en de nieuwsfactoren die aanwezig zijn in de gebeurtenissen waarover wordt gepubliceerd. Het blijkt dat voor rlnieuws.nl *public affairs* nieuws een hogere nieuwswaarde heeft dan *nonpublic affairs*, hoewel dit niet is terug te zien in de hoeveelheid aandacht die is besteed aan de constructie van de nieuwsberichten. Op nos.nl hebben beide nieuwstypes een even grote nieuwswaarde. Dit wordt voornamelijk veroorzaakt door het grote aandeel van sportnieuws in *nonpublic affairs*. Verder komt naar voren dat gebeurtenissen op beide websites gemiddeld vijf nieuwsfactoren bevatten. De aanwezigheid van feiten in het verhaal, de nabijheid en personificatie van een gebeurtenis, en de invloed op personen zijn de meest voorkomende nieuwsfactoren.

**Keywords:** nieuwswaardigheid, nieuwsberichten, nieuwsfactoren, nieuwswaarden, websites, televisienieuwsmedia

## Lijst met Figuren en Illustraties

Tabel 1: Nieuwswaardensystemen	p. 10
Afbeelding 1: Startpagina van nos.nl	p. 15
Afbeelding 2: Startpagina van rtlnieuws.nl	p. 15
Tabel 2: Geografisch onderwerp van de nieuwsberichten	p. 21
Tabel 3: Thematisch onderwerp van de nieuwsberichten	p. 21
Tabel 4: Publicatieplaats op de website per type nieuws	p. 22
Tabel 5: Aantal media en hyperlinks in nieuwsberichten	p. 24
Tabel 6: Gemiddeldes en gemiddelde rangordescodes (GROS) voor wijze van verslaggeving op nos.nl	p. 24
Tabel 7: Gemiddeldes en gemiddelde rangordescodes (GROS) voor wijze van verslaggeving op rtlnieuws.nl	p. 27
Tabel 8: Aanwezigheid van nieuwsfactoren per nieuwsorganisatie	p. 28
Tabel 9: Aanwezigheid van nieuwsfactoren per type nieuws	p. 30
Tabel 10: Subcategorieën van nieuwsfactor <i>proximity</i>	p. 32
Tabel 11: Subcategorieën van nieuwsfactor <i>reach</i>	p. 32
Tabel 12: Subcategorieën van nieuwsfactor <i>personification</i>	p. 32
Tabel 13: Subcategorieën van nieuwsfactor elite organisaties	p. 32
Tabel 14: Subcategorieën van nieuwsfactor elite personen	p. 33
Tabel 15: Frequentieverdeling totaal aantal nieuwsfactoren per nieuwsbericht	p. 35
Tabel 16: Gemiddeldes en gemiddelde rangordescodes (GROS) voor totaal aantal nieuwsfactoren per thematisch onderwerp	p. 35
Tabel 17: Gemiddeldes en gemiddelde rangordescodes (GROS) voor totaal aantal nieuwsfactoren per geografisch onderwerp	p. 36
Tabel 18: Gemiddeldes en gemiddelde rangordescodes (GROS) voor totaal aantal nieuwsfactoren per publicatieplaats	p. 36
Tabel 19: Combinaties van nieuwsfactoren op nos.nl in percentages	p. 39
Tabel 20: Combinaties van nieuwsfactoren op rtlnieuws.nl in percentages	p. 40

# 1. Inleiding

Tegenwoordig heeft bijna elke televisienieuwsorganisatie een online tegenhanger. Niet alleen nationale organisaties zoals NOS en RTL Nieuws hebben hun eigen website maar ook lokale omroepen als Omroep Brabant en AT5. De grote aanwezigheid van deze nieuwsmedia op het internet is niet zo verbazingwekkend. Reeds in het jaar 2000 stelden Christopher Weare en Wan-Ying Lin dat nieuwsorganisaties haast verplicht zijn om een website te hebben.<sup>1</sup> Dit is namelijk onderdeel van wat Carolyn Lin, Michael Salwen, Bruce Garrison en Paul Driscoll de “*blanket marketing*”-strategie noemen. Dit houdt in dat er vanwege de hevige concurrentiestrijd onder nieuwsmedia via zoveel mogelijk mediakanalen – waaronder websites – nieuws wordt aangeboden. Hiermee wordt onder andere geprobeerd om het publiek blijvend te verbinden aan de nieuwsorganisatie.<sup>2</sup>

Hoewel deze televisienieuwsmedia op hun websites veel meer nieuws kwijt kunnen dan in hun uitzendingen, is het proces van nieuwsselectie ook van toepassing op online nieuws. Deirdre O’Neill en Tony Harcup stellen dat nieuwsselectie altijd een fundamenteel onderdeel is van de nieuwsjournalistiek, ongeacht via welke technologie en welk medium nieuws wordt aangeboden.<sup>3</sup> Dit roept de vraag op wat televisienieuwsorganisaties als nieuwswaardig nieuws beschouwen in hun online nieuwsselectie.

Onderzoek naar dit vraagstuk is zeker relevant. Volgens Helle Sjøvaag, Hallvard Moe en Eirik Stavelin wenden steeds meer mensen zich tot het internet om op de hoogte te blijven van het nieuws.<sup>4</sup> Ondanks dat op websites deels hetzelfde nieuws te vinden is als in de traditionele media wijkt het online aanbod ook af, zo blijkt uit onderzoek van Scott Maier. Volgens hem hebben nieuwssites “an independent view of what is newsworthy.”<sup>5</sup> Door na te gaan welk nieuws websites nieuwswaardig vinden en aanbieden, kan ook inzicht worden verkregen in de onderwerpen die het publiek bezig houdt. Doordat bepaalde gebeurtenissen als nieuws worden geselecteerd en andere niet, beïnvloeden nieuwsmedia de onderwerpen die het publiek

---

<sup>1</sup> Christopher Weare en Wan-Ying Lin, “Content Analysis of the World Wide Web: Opportunities and Challenges,” *Social Science Computer Review* 18 (2000): 272-292, 273.

<sup>2</sup> Carolyn Lin, Michael B. Salwen, Bruce Garrison, en Paul D. Driscoll, “Online News as a Functional Substitute for Offline News,” in *Online News and the Public*, red. Michael B. Salwen, Bruce Garrison, en Paul D. Driscoll (Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 2005): 237-255, 249-250.

<sup>3</sup> Deirdre O’Neill en Tony Harcup, “News Values and Selectivity,” in *The Handbook of Journalism Studies*, red. Karin Wahl-Jorgensen en Thomas Hanitzsch (New York: Routledge, 2009), PDF e-book: 161-174, 171.

<sup>4</sup> Helle Sjøvaag, Hallvard Moe, en Eirik Stavelin, “Public Service News on the Web: A Large-Scale Content Analysis of the Norwegian Broadcasting Corporation’s Online News,” *Journalism Studies* 13 (2012): 90-106, 90.

<sup>5</sup> Scott Maier, “All the News Fit to Post? Comparing News Content on the Web to Newspaper, Television, and Radio,” *Journalism & Mass Communication Quarterly* 87 (2010): 548-562, 557.

belangrijk vindt en waar het over praat. Dit mediaeffect wordt agendasetting genoemd.<sup>6</sup> Dat nieuwssites ook doen aan agendasetting hebben onder andere de onderzoeken van Scott Althaus en David Tewksbury en van Hong Tien Vu, Lei Guo en Maxwell McCombs uitgewezen.<sup>7</sup> Dit maakt dat het zeker relevant is om in kaart te brengen welk nieuws door televisienieuwsmedia online als nieuwswaardig wordt beschouwd.

Recentelijk zijn er al enkele buitenlandse studies naar online nieuwsselectie uitgevoerd. Deze hebben echter hoofdzakelijk websites van papieren kranten geanalyseerd. Bovendien is de nieuwsselectie van journalisten (en lezers) op deze nieuwssites in elk onderzoek via andere variabelen gemeten.<sup>8</sup> Enerzijds ontbreekt daardoor een geïntegreerde onderzoeksmethode. Anderzijds is er geen duidelijk inzicht in de online nieuwsselectie van televisienieuwsmedia vanwege de ondervertegenwoordiging van hun websites.

Daarnaast is er – voor zover mij bekend is – nog geen onderzoek uitgevoerd naar de nieuwsselectie van Nederlandse online nieuwsmedia. Tot op heden is alleen de Nederlandse online nieuwsconsumptie in relatie tot de offline nieuwsconsumptie onderzocht,<sup>9</sup> alsook het beroep van de online journalist,<sup>10</sup> en reacties op de websites en Facebookpagina's van nieuwsmedia.<sup>11</sup> Het gebrek aan onderzoek naar online nieuwsselectie in Nederland is opmerkelijk omdat maar liefst 77 procent van alle Nederlanders het internet gebruikt om op de

---

<sup>6</sup> Scott L. Althaus en David Tewksbury, "Agenda Setting and the "New" News: Patterns of Issue Importance Among Readers of the Paper and Online Versions of the New York Times," *Communication Research* 29 (2002): 180-207, 180; David Weaver, Maxwell McCombs, en Donald L. Shaw, "Agenda-Setting Research: Issues, Attributes, and Influences," in *Handbook of Political Communication Research*, red. Lynda Lee Kaid (Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 2004): 257-282, 257, 259, 275.

<sup>7</sup> Althaus en Tewksbury, 196; Hong Tien Vu, Lei Guo, en Maxwell E. McCombs, "Exploring "the World Outside and the Pictures in Our Heads": A Network Agenda-Setting Study," *Journalism & Mass Communication Quarterly* 91 (2014): 669-686, 682-683.

<sup>8</sup> Pablo J. Boczkowski, Eugenia Mitchelstein, en Martin Walter, "Convergence Across Divergence: Understanding the Gap in the Online News Choices of Journalists and Consumers in Western Europe and Latin America," *Communication Research* 38 (2011): 376-396; Manuel Wendelin, Ines Engelmann, en Julia Neubarth, "User Rankings and Journalistic News Selection: Comparing News Values and Topics," *Journalism Studies*: 1-19, online gepubliceerd op 29 juli 2015,

<http://www.tandfonline.com.proxy.library.uu.nl/doi/abs/10.1080/1461670X.2015.1040892#.VdxbOvntmko>; Pablo J. Boczkowski en Limor Peer, "The Choice Gap: The Divergent Online News Preferences of Journalists and Consumers," *Journal of Communication* 61 (2011): 857-876.

<sup>9</sup> Damian Trilling en Klaus Schoenbach, "Skipping Current Affairs: The Non-Users of Online and Offline News," *European Journal of Communication* 28 (2013): 35-51; Damian Trilling en Klaus Schoenbach, "Investigating People's News Diets: How Online Users Use Offline News," *Communications* 40 (2015): 67-91; Ester de Waal en Klaus Schoenbach, "News Sites' Position in the Mediascape: Uses, Evaluations and Media Displacement Effects Over Time," *New Media & Society* 12 (2010): 477-496.

<sup>10</sup> Mark Deuze en Christina Dimoudi, "Online Journalists in the Netherlands: Towards a Profile of a New Profession," *Journalism* 3 (2002): 85-100; Mark Deuze en Daphna Yeshua, "Online Journalists Face New Ethical Dilemmas: Lessons From The Netherlands," *Journal of Mass Media Ethics* 16 (2001): 273-292; Richard van der Wurff en Klaus Schönbach, "Between Profession and Audience: Codes Of Conduct and Transparency as Quality Instruments For Off- and Online Journalism," *Journalism Studies* 12 (2011): 407-422.

<sup>11</sup> Sanne Hille en Piet Bakker, "Engaging the Social News User: Comments On News Sites and Facebook," *Journalism Practice* 8 (2014): 563-572.

hoogte te blijven van het nieuws.<sup>12</sup> Een groot deel van de bevolking krijgt dus te maken met het online nieuwsaanbod. Daarom zal dit onderzoek proberen bovenstaande lacunes op te vullen door te exploreren wat voor soort online nieuws door Nederlandse televisienieuwsmedia als nieuwswaardig wordt beschouwd.

Om dit in kaart te brengen zal allereerst onderzocht worden over welke thema's bericht wordt. Het doel hiervan is te achterhalen welke onderwerpen het meest belicht worden op de websites. Daarnaast zal bestudeerd worden op welke wijze verslag wordt gedaan van het nieuws. Door te kijken naar het aantal woorden, media en hyperlinks in artikelen wordt getracht inzicht te krijgen in de hoeveelheid aandacht die aan een gebeurtenis wordt besteed. Verder zal geanalyseerd worden welke nieuwsfactoren in de nieuwsberichten aanwezig zijn. Dit moet bijdragen aan een begrip van bepaalde kenmerken die een gebeurtenis nieuwswaardig maken. Ten slotte zal gekeken worden welke verschillen en overeenkomsten er bestaan tussen de websites van verschillende televisienieuwsorganisaties. De websites van een publieke en een commerciële omroep zullen tegen elkaar worden afgezet om zo te ontdekken of zij andere keuzes in de nieuwsselectie maken.

In het vervolg van deze paper zal eerst een review worden gegeven van de wetenschappelijke literatuur over nieuwsselectie. Daarna wordt de onderzoeksmethode toegelicht en worden de analyseresultaten uiteengezet. Ter afsluiting is er een conclusie met een reflectie op de resultaten en methode en zijn er suggesties voor verder onderzoek.

---

<sup>12</sup> "ICT Gebruik van Personen Naar Persoonskenmerken," Centraal Bureau voor de Statistiek, geraadpleegd op 7 november 2015, <http://statline.cbs.nl/StatWeb/publication/?VW=T&DM=SLNL&PA=71098NED&D1=a&D2=a&D3=l&HD=140522-1350&HDR=G2,G1&STB=T>.

## 2. Theoretisch Kader

### 2.1 Nieuwswaardigheid gedefinieerd: nieuwsfactoren en nieuwswaarden

Nieuws kan volgens Stuart Hall opgevat worden als informatie en beelden die kennis overdragen over veranderingen in de wereld. Deze veranderingen kunnen drie verschillende dingen zijn. Het kan gaan om compleet onverwachte gebeurtenissen, om een ontwikkeling in een reeds bekende gebeurtenis, of om gebeurtenissen die voor ons nieuw zijn maar voor anderen de dagelijkse realiteit.<sup>13</sup>

De waarschijnlijkheid dat een gebeurtenis als nieuws wordt geselecteerd wordt bepaald door de mate waarin die gebeurtenis als nieuwswaardig wordt gezien. In de onderzoekstraditie over nieuwswaarden is dit althans het uitgangspunt zegt Christiane Eilders.<sup>14</sup> Hans Kepplinger en Simone Ehmig betogen op basis van hun experimenteel onderzoek naar nieuwsselectie dat de nieuwswaardigheid van een nieuwsbericht afhangt van nieuwsfactoren en nieuwswaarden.<sup>15</sup> Nieuwsfactoren definiëren zij als “characteristics of news stories.”<sup>16</sup> Nieuwsfactoren kunnen een variërende mate van intensiteit hebben en zijn niet voor elks nieuwsmedium even relevant. Die relevantie van nieuwsfactoren is wat Kepplinger en Ehmig verstaan onder nieuwswaarden. Nieuwswaarden omvatten de invloed die nieuwsfactoren uitoefenen tijdens de nieuwsselectie. Daardoor zijn ze niet eigen aan de nieuwsgebeurtenissen zelf, maar zijn ze “characteristics of journalists – their judgment about the relevance of news factors.”<sup>17</sup> Colleen Cotter stelt dat nieuwswaarden niet alleen belangrijk zijn om vast te stellen wanneer een gebeurtenis nieuwswaardig is. Ze worden ook ingezet om te bepalen op welke manier een nieuwsbericht geconstrueerd wordt en op welke plek in het medium het geplaatst wordt.<sup>18</sup>

Hoewel Kepplinger en Ehmig een duidelijk onderscheid maken tussen nieuwsfactoren en nieuwswaarden, worden deze termen regelmatig als synoniemen van elkaar gebruikt in de wetenschappelijke literatuur.<sup>19</sup> Ook wordt de term nieuwswaarden gebruikt voor het fenomeen

---

<sup>13</sup> Stuart Hall, “The Structured Communication of Events,” in *Society and the Social Sciences: An Introduction*, red. David Potter (New York: Routledge, 1989): 269-289, 270-271.

<sup>14</sup> Christiane Eilders, “News Factors and News Decisions: Theoretical and Methodological Advances in Germany,” *Communications* 31 (2006): 5-24, 6.

<sup>15</sup> Hans Mathias Kepplinger en Simone Christine Ehmig, “Predicting News Decisions: An Empirical Test of the Two-Component Theory of News Selection,” *Communications* 31 (2006): 25-43, 28, 36-37.

<sup>16</sup> Kepplinger en Ehmig, 27.

<sup>17</sup> Ibidem.

<sup>18</sup> Colleen Cotter, *News Talk: Investigating the Language of Journalism* (Cambridge: Cambridge University Press, 2010), 67, 75.

<sup>19</sup> Zie bijvoorbeeld Denis McQuail, Allan Bell, en Reza Kheirabadi en Ferdows Aghagolzadeh. Denis McQuail, *McQuail's Mass Communication Theory*, 6<sup>e</sup> editie (Los Angeles: Sage, 2010), 310; Allan Bell, *The Language of News Media* (Oxford: Blackwell, 1991), 155-160; Reza Kheirabadi en Ferdows Aghagolzadeh, “A Discursive Review of Galtung and Ruge's News Factors in Iranian Newspapers,” *Theory and Practice in Language Studies* 2 (2012): 989-994, 989.



dat Kepplinger en Ehmig juist definiëren als nieuwsfactoren. Zo beschouwen Helen Caple en Monika Bednarek nieuwswaarden als “the ‘newsworthy’ aspects of actors, happenings and issues as established by a set of recognised values such as Negativity, Proximity and so on.”<sup>20</sup> Deze definitie stellen ze op vanwege hun onvrede met de wijze waarop in de wetenschappelijke literatuur uiteenlopende selectiecriteria als nieuwswaarden worden bestempeld.<sup>21</sup> Het is echter duidelijk dat hun omschrijving overeenkomt met de definiëring die Kepplinger en Ehmig aan het concept nieuwsfactoren geven, alleen heeft het een ander label.

Hetzelfde kan gezegd worden voor de theorie van Allan Bell. Op basis van inzichten uit het nieuwsfactorenonderzoek van Johan Galtung en Mari Ruge (zie verderop) en zijn eigen analyse en journalistiek ervaring onderscheidt hij drie typen nieuwswaarden. Volgens hem zijn er nieuwswaarden die inherent zijn aan gebeurtenissen (“values in news actors and events”<sup>22</sup>), nieuwswaarden die te maken hebben met het productieproces, en nieuwswaarden in het tekstuele discours van het nieuws.<sup>23</sup> Met het eerste type nieuwswaarden doelt Bell in feite op nieuwsfactoren, maar gebruikt ook hij een andere term om dit te beschrijven. Vanwege het gebruik van verscheidene terminologieën worden in het vervolg de termen van de auteurs overgenomen. De benaming ‘nieuwsfactoren’ wordt dus toegepast als door de auteur zelf dit woord wordt gebruikt. Hetzelfde geldt voor de term ‘nieuwswaarden’.

In hun bespreking van theorieën over nieuwswaarden/nieuwsfactoren zien Caple en Bednarek drie globale perspectieven op de definiëring hiervan. Het eerste perspectief beschouwt nieuwswaarden als de opvattingen van nieuwsmakers over de elementen waarvan zij vinden dat die een gebeurtenis nieuwswaardig maken. Dit noemen Caple en Bednarek het “cognitieve perspectief”.<sup>24</sup> Het “discursieve perspectief” is het tweede perspectief en houdt in dat nieuwswaarden betrekking hebben op de manier waarop nieuwswaardigheid via tekst en vormgeving geconstrueerd is in nieuwsberichten.<sup>25</sup> In het laatste perspectief dat Caple en Bednarek onderscheiden wordt nieuwswaardigheid gemeten door kenmerken van een gebeurtenis te identificeren die deze gebeurtenis nieuwswaardig zouden maken. Dit heet het “materiële perspectief”.<sup>26</sup> Zoals verderop zal worden toegelicht zal dit onderzoek precies deze aanpak hanteren, waardoor het geschaard kan worden onder het materiële perspectief.

---

<sup>20</sup> Helen Caple en Monika Bednarek, “Rethinking News Values: What a Discursive Approach Can Tell Us About the Construction of News Discourse and News Photography,” *Journalism*: 1-22, 4, online gepubliceerd op 2 februari 2015, <http://jou.sagepub.com.proxy.library.uu.nl/content/early/2015/02/02/1464884914568078.full.pdf+html>.

<sup>21</sup> Ibidem.

<sup>22</sup> Bell, 156.

<sup>23</sup> Ibidem.

<sup>24</sup> Monika Bednarek en Helen Caple, *News Discourse* (Londen: Continuum, 2012), 44; Caple en Bednarek, 2-3.

<sup>25</sup> Bednarek en Caple, 44; Caple en Bednarek, 3-4.

<sup>26</sup> Caple en Bednarek, 3.

Door de jaren heen zijn er verschillende lijsten van nieuwswaarden/nieuwsfactoren opgesteld. De eerste classificatie is afkomstig van Johan Galtung en Mari Ruge. In hun onderzoek naar factoren die bepalen welke gebeurtenissen buitenlands nieuws worden hebben zij twaalf factoren met enkele sub-factoren onderscheiden (zie Tabel 1). Volgens Galtung en Ruge kunnen deze factoren onderling gerelateerd zijn en staan ze dus niet los van elkaar.<sup>27</sup>

Enkele decennia na het verschijnen van de categorisering van Galtung en Ruge zijn er meerdere pogingen ondernomen om deze lijst te moderniseren. Zo hebben Harcup en O'Neill een nieuwe taxonomie opgesteld naar aanleiding van hun onderzoek naar de houdbaarheid van deze nieuwsfactoren in het huidige journalistieke klimaat. Ze wijzen hier op ontwikkelingen zoals een werkomgeving die in toenemende mate multimediaal is en de kwestie of er een versimpeling van het nieuws gaande is. Zij vroegen zich daarom af of er nieuwe nieuwswaarden een rol spelen in de hedendaagse nieuwselectie.<sup>28</sup>

Zoals in Tabel 1 te zien is zijn er nog enkele overeenkomsten tussen beide lijsten ('*bad news*' en '*relevance to something negative*'; '*surprise*' en '*unexpectedness*'). Toch wijkt de opsomming van Harcup en O'Neill overwegend af van die van Galtung en Ruge. Een belangrijke verbetering die ze hebben aangebracht is het onderscheid tussen '*power elite*' (invloedrijke personen, organisaties en instituties) en '*celebrity*' (beroemdheden). Harcup en O'Neill wijzen erop dat deze elementen bij Galtung en Ruge allemaal onder de factor '*reference to elite people*' vallen. Zij vinden echter dat elite personen vele verschillende personen kunnen zijn. Andere veranderingen zijn de categorieën '*entertainment*' en '*newspaper agenda*'. Dit zijn nieuwswaarden waaraan Galtung en Ruge geen aandacht hebben besteed maar die wel van belang zijn in de nieuwselectie, zo stellen Harcup en O'Neill.<sup>29</sup>

Paul Brighton en Dennis Foy hebben eveneens geprobeerd de classificatie van Galtung en Ruge te actualiseren met het oog op de veranderingen die het medialandschap is ondergaan. Hun doel was om een nieuwswaardensysteem op te stellen dat geschikt is voor het hedendaagse gedigitaliseerde en geconvergeerde nieuwsmedialandschap.<sup>30</sup> Net als Galtung en Ruge hebben Brighton en Foy de elementen 'relevantie' en 'compositie' in hun indeling opgenomen, maar verschillen de overige onderdelen van de lijst. Brighton en Foy hebben vooral meer oog voor de verwachtingen van het publiek ('*expectation*') en de invloed van actoren die buiten de nieuwsproductie staan ('*external influences*').<sup>31</sup>

---

<sup>27</sup> Johan Galtung en Mari Holmboe Ruge, "The Structure of Foreign News: The Presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crises in Four Norwegian Newspapers," *Journal of Peace Research* 2 (1965): 64-91, 65, 70-71.

<sup>28</sup> Tony Harcup en Deirdre O'Neill, "What is News? Galtung and Ruge Revisited," *Journalism Studies* 2 (2001): 261-280, 262, 278-279.

<sup>29</sup> Idem, 274, 276, 278.

<sup>30</sup> Paul Brighton en Dennis Foy, *News Values* (Los Angeles: Sage, 2007), PDF e-book, 2, 5, 29.

<sup>31</sup> Idem, 27, 29.

**Tabel 1: Nieuwswaardensystemen**

<b>Galtung &amp; Ruge<sup>32</sup></b>	<b>Harcup &amp; O'Neill<sup>33</sup></b>	<b>Brighton &amp; Foy<sup>34</sup></b>
Frequency	Power elite	Relevance
Threshold i. Absolute intensity ii. Intensity increase	Celebrity	Topicality
Unambiguity	Entertainment	Composition
Meaningfulness i. Cultural proximity ii. Relevance	Surprise	Expectation
Consonance i. Predictability ii. Demand	Bad news	Unusaulness
Unexpectedness i. Unpredictability ii. Scarcity	Good news	Worth
Continuity	Magnitude	External influences
Composition	Relevance	
Reference to elite nations	Follow-up	
Reference to elite people	Newspaper agenda	
Reference to persons		
Reference to something negative		

Het probleem met deze taxonomieën is dat – uitgaande van de theorie van Keppinger en Ehmig – nieuwsfactoren en andere selectiecriteria door elkaar worden gehaald. Zaken als de betrokken personen en landen alsook de onverwachtheid, de ongewoonheid, de omvang, het bereik, en het negatieve/positieve karakter van een gebeurtenis zijn duidelijk elementen die inherent zijn aan de gebeurtenis zelf. Daardoor kunnen zij bestempeld worden als nieuwsfactoren. Aspecten als compositie, verwachtingen van het publiek, en doelstellingen van het nieuwsmedium zijn daarentegen geen eigenschappen van gebeurtenissen. Dit zijn eerder selectiecriteria die te maken hebben met de mediapraktijk en kunnen sterk verschillen per nieuwsmedium. Daarom kunnen deze elementen niet gezien worden als nieuwsfactoren. Deze mix aan invloeden op de nieuwsselectie binnen de opgestelde classificaties bemoeilijkt het bijgevolg om een duidelijk inzicht te krijgen in de nieuwswaarden die journalisten hanteren.

In tegenstelling tot bovenstaande auteurs richt Eilders zich wel enkel op nieuwsfactoren in zijn bespreking van Duits onderzoek naar nieuwsselectie. Om te verklaren waarom deze als relevant worden gezien door journalisten deelt hij ze in drie categorieën in. De eerste categorie omvat factoren die de maatschappij beïnvloeden en dus een “sociale relevantie” hebben.<sup>35</sup> Hiertoe rekent Eilders de nieuwsfactoren bereik (invloed van gebeurtenis op personen), schade

<sup>32</sup> Galtung en Ruge, 70-71.

<sup>33</sup> Harcup en O'Neill, 279.

<sup>34</sup> Brighton en Foy, 25-29.

<sup>35</sup> Eilders, 15.

(negatieve gevolgen), succes (positieve gevolgen), elite personen (invloedrijke personen), elite naties (invloedrijke landen), conflict (geschillen) en nabijheid (hoe dichtbij een gebeurtenis zich afspeelt). Schade en conflict kunnen volgens hem ook behoren tot de tweede categorie. Hier zijn nieuwsfactoren relevant omdat ze voordeling kunnen zijn voor de evolutie van de mens. In deze categorie vallen ook onverwachtheid (onverwachte gebeurtenissen) en feitelijkheid (benoeming van gebeurtenissen). De factoren overeenstemming (overeenkomst tussen bestaande kennis en gebeurtenis), continuïteit (gebeurtenis voortbouwend op bestaande kennis) en personificatie (personalisatie van gebeurtenis) plaatst Eilders tot slot in de derde categorie. Deze factoren zijn relevant omdat ze een beroep doen op de kennis die mensen reeds bezitten.<sup>36</sup>

Het is inmiddels duidelijk dat er in de verscheidene theorieën over nieuwsselectie en nieuwswaardigheid zowel vele tegenstrijdigheden als overeenkomsten zijn. Dat is uiteraard niet bijzonder in de wetenschap, maar maakt dit wel een lastig te doorgronden onderzoeksveld.

## 2.2 Nieuswaardigheid van online nieuws

Wellicht is het dan ook niet verbazingwekkend dat er enigszins een contradictoir beeld lijkt te bestaan wanneer er gekeken wordt naar de bevindingen van recente studies over online nieuwsselectie. Al deze studies analyseren de bovenste nieuwsberichten op de startpagina's van online nieuwsmedia en zien dit als een reflectie van wat journalisten het meest nieuwswaardige nieuws vinden.<sup>37</sup> Toch komen de resultaten niet altijd overeen.

Zo hebben Pablo Boczkowski, Eugenia Mitchelstein en Martin Walter de nieuwsselectie van journalisten en lezers op de websites van elf nationale kranten uit West-Europa en Latijns-Amerika onderzocht. Hun studie heeft uitgewezen dat op de meeste websites "*public affairs*" nieuws (politiek, economie, buitenland, etc.) door journalisten als nieuwswaardiger wordt gezien dan "*nonpublic affairs*" nieuws (entertainment, criminaliteit, sport, etc.). Dit varieert niet per continent of ideologische voorkeur van de nieuwsmedia.<sup>38</sup> In een gelijktijdig uitgevoerd onderzoek van Boczkowski en Limor Peer is echter aangetoond dat journalisten juist meer *nonpublic affairs* dan *public affairs* als online nieuws selecteren. Dit onderzoek heeft als case studies de websites van twee papieren Amerikaanse kranten, de televisiezender CNN en de nieuwssite Yahoo.<sup>39</sup> Uit een analyse van een Duitse online krant door Manuel Wendelin, Ines Engelmann en Julia Neubarth is nochtans gebleken dat hier opnieuw meer *public affairs* dan *nonpublic affairs* nieuws wordt gepubliceerd.<sup>40</sup>

---

<sup>36</sup> Idem, 14-16.

<sup>37</sup> Boczkowski, Mitchelstein, en Walter, 384; Boczkowski en Peer, 862; Wendelin, Engelmann, en Neubarth, 7.

<sup>38</sup> Boczkowski, Mitchelstein, en Walter, 381, 385-389.

<sup>39</sup> Boczkowski en Peer, 861, 863.

<sup>40</sup> Wendelin, Engelmann, en Neubarth, 7, 14.

Een verklaring voor de verschillende resultaten ligt mogelijk in de onderzochte geografische gebieden, zo vermoed ik althans. Boczkowski en Peer hebben Amerikaanse media bestudeerd, terwijl de andere studies onderzoek hebben gedaan naar West-Europese en Latijns-Amerikaanse nieuwsmedia. Het is niet ondenkbaar dat er in de Verenigde Staten een andere journalistieke cultuur bestaat dan in Europa en Latijns-Amerika. Dit zou de afwijkende opvattingen over wat nieuwswaardig online nieuws is kunnen verklaren.

Naast het onderwerp van nieuwsberichten hebben Wendelin, Engelmann en Neubarth ook gekeken naar de nieuwsfactoren die nieuwsgebeurtenissen bevatten. Het blijkt dat factoren als impact, personificatie, bereik, voornaamheid, nationale betrokkenheid, feitelijkheid, controversie en elite locatie het vaakst voorkomen.<sup>41</sup> De omvang van een gebeurtenis en de betrokken landen/personen zouden dus bijdragen aan een hogere nieuwswaardigheid.

Anders dan bovenstaande onderzoeken hebben Jesper Strömbäck, Michael Karlsson en David Hopmann nieuwsselectie onderzocht middels een survey onder Zweedse journalisten. Zij betogen dat nieuwsselectie en nieuwswaarden geen synoniemen van elkaar zijn. Volgens hen is er namelijk een verschil in wat offline en online journalisten belangrijke selectiecriteria vinden en wat in de praktijk belangrijke selectiecriteria zijn. Zo zouden bepaalde eigenschappen van een gebeurtenis die aantrekkelijk zijn voor het publiek (bijvoorbeeld het voorkomen van beroemde personen) of die vanuit productionele (aanwezigheid van een goed persbericht) en economische overwegingen (goedkope productiekosten) voordelig zijn in de daadwerkelijke nieuwsselectie een grotere rol spelen dan ze in de ogen van journalisten zouden moeten hebben. Daarnaast zouden met name onverwachtetheit, dramatiek, exclusiviteit en de mogelijkheid op de eerste verslaggeving van een gebeurtenis de meest invloedrijke selectiecriteria zijn.<sup>42</sup>

Op basis van bovenstaande studies stel ik twee hypothesen op die getoetst zullen worden in dit onderzoek. Hypothese 1 luidt dat er door Nederlandse televisienieuwsmedia online meer *public affairs* dan *nonpublic affairs* nieuws gepubliceerd zal worden. Nederland behoort tot hetzelfde geografische en culturele gebied als de reeds onderzochte West-Europese landen. Daarom is het aannemelijk dat hier hetzelfde nieuwstype het meest nieuwswaardig wordt gevonden. Hypothese 2 houdt in dat nieuwsfactoren gerelateerd aan betrokken personen en landen alsook aan de omvang van een gebeurtenis het vaakst zullen voorkomen in de nieuwsberichten. Dit wordt verwacht naar aanleiding van de studie van Wendelin, Engelmann en Neubarth. Het toetsen van deze hypothesen is relevant vanwege de schaarse informatie over belangrijke nieuwsfactoren in online nieuws en de tegenspraak in wetenschappelijk onderzoek over wat het meest nieuwswaardige nieuwstype is. Door deze aspecten te onderzoeken wordt

---

<sup>41</sup> Idem, 11.

<sup>42</sup> Jesper Strömbäck, Michael Karlsson, en David Nicolas Hopmann, "Determinants of News Content: Comparing Journalists' Perceptions of the Normative and Actual Impact of Different Event Properties When Deciding What's News," *Journalism Studies* 13 (2012): 718-728, 721-722, 724-725.

geprobeerd meer duidelijkheid te geven over welk online nieuws als het meest nieuwswaardig wordt gezien en waarom.

### 3. Methode

Om te onderzoeken wat voor soort online nieuws door Nederlandse televisienieuwsmedia als nieuwswaardig wordt beschouwd, zal er een kwantitatieve inhoudsanalyse worden uitgevoerd van de websites van NOS ([www.nos.nl](http://www.nos.nl)) en RTL Nieuws ([www.rtlnieuws.nl](http://www.rtlnieuws.nl)). Daniel Riffe, Stephen Lacy en Frederick Fico definiëren kwantitatieve inhoudsanalyse als “the systematic assignment of communication content to categories according to rules, and the analysis of relationships involving those categories using statistical methods.”<sup>43</sup> Kimberly Neuendorf omschrijft de methode als “a summarizing, quantitative analysis of messages that relies on the scientific method [...] and is not limited as to the types of variables that may be measured or the context in which the messages are created or presented.”<sup>44</sup> Volgens deze definities is kwantitatieve inhoudsanalyse vooral bruikbaar om mediaberichten zoals het nieuws te onderzoeken en kan het op veelzijdige manieren toegepast worden. Neuendorf stelt verder dat de methode zeer geschikt is om een overzicht te geven van en relaties te leggen tussen kenmerken van teksten.<sup>45</sup> Bovendien kan het in tegenstelling tot interpretatief of ethnomethodologisch onderzoek grote datasets analyseren zonder het gevaar te lopen dat belangrijke informatie over het hoofd wordt gezien, zo poneert Klaus Krippendorff.<sup>46</sup>

NOS en RTL Nieuws zijn als case studies gekozen omdat zij van alle televisienieuwsmedia het grootste online bereik hebben.<sup>47</sup> Daarnaast hebben zij op televisie beide een focus op nationaal én internationaal nieuws.<sup>48</sup> Dit maakt het interessant om na te gaan of deze vergelijkbare nieuwsvoorziening zich vertaalt naar het internet of dat ze zich daar van elkaar onderscheiden.

In navolging van eerdere onderzoeken zullen de bovenste verhalen op de startpagina van de websites – gezien van boven naar beneden en van links naar rechts – geanalyseerd worden.<sup>49</sup> Deze verhalen zijn immers “a suitable approximation to journalists’ selection of the most newsworthy stories of the day.”<sup>50</sup> Tevens bemoeilijkt de zeer uiteenlopende opbouw van nos.nl

---

<sup>43</sup> Daniel Riffe, Stephen Lacy, en Frederick Fico, *Analyzing Media Messages: Using Quantitative Content Analysis in Research*, 3<sup>e</sup> editie (New York: Routledge, 2014), 3.

<sup>44</sup> Kimberly A. Neuendorf, *The Content Analysis Guidebook* (Thousand Oaks: Sage, 2002), 10.

<sup>45</sup> Idem, 16, 53.

<sup>46</sup> Klaus Krippendorff, *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*, 2<sup>e</sup> editie (Thousand Oaks: Sage, 2004), 42.

<sup>47</sup> “2014,” VINEX, geraadpleegd op 24 augustus 2015, <http://www.vinex.nl/resultaten/archief/2014/>. Het gaat hier om de cijfers van oktober 2014, die gedownload kunnen worden als een Excel-bestand. Hiervan is het tabblad “Merken top 50 (bereik)” geraadpleegd. Aangezien deze cijfers bijna een jaar oud zijn is het niet met zekerheid te zeggen hoe geldig ze nog zijn, maar recentere cijfers konden niet gevonden worden.

<sup>48</sup> Paul Hendriks Vettehen et. al., “Arousing News Characteristics in Dutch Television News 1990–2004: An Exploration of Competitive Strategies,” *Mass Communication & Society* 14 (2010): 93-112, 100.

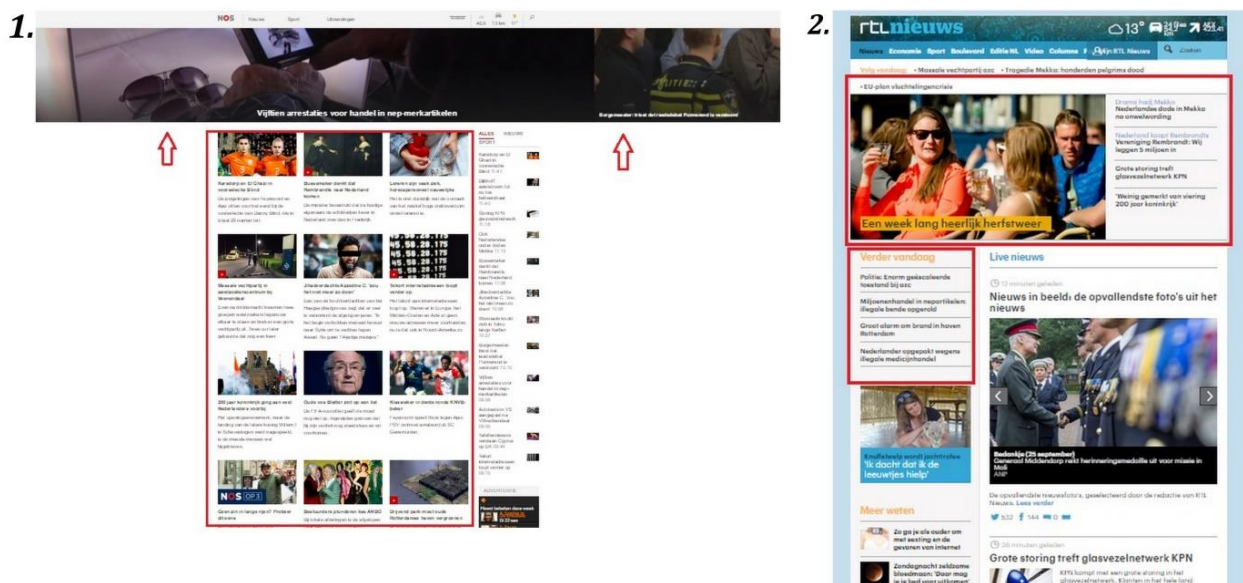
<sup>49</sup> Boczkowski en Peer, 862; Boczkowski, Mitchelstein, en Walter, 384; Wendelin, Engelman, en Neubarth, 7.

<sup>50</sup> Boczkowski, Mitchelstein, en Walter, 384.

en rtlnieuws.nl een vergelijking van de gehele websites. Daardoor is een analyse van enkel de startpagina een betere optie.<sup>51</sup> Voor nos.nl zullen telkens de veertien bovenste artikelen worden onderzocht en voor rtlnieuws.nl de negen bovenste artikelen. Dit is namelijk het aantal artikelen dat door de nieuwsorganisaties stevast aan de bovenkant van de startpagina's wordt geplaatst. In totaal zullen 322 nieuwsberichten in de analyse worden opgenomen, waarvan 196 artikelen van nos.nl en 126 van rtlnieuws.nl. In Afbeelding 1 en Afbeelding 2 is met rode blokken en pijlen aangegeven om welke artikelen op de startpagina's het gaat.<sup>52</sup>

De dataverzameling zal uitgevoerd worden middels het maken van screenshots van de nieuwsberichten. Het zal een week lang elke dag plaatsvinden, zodat alle dagen van de week gerepresenteerd zijn in de steekproef. Hiervoor is de week van maandag 28 september 2015 tot en met zondag 4 oktober 2015 uitgekozen, omdat dit normaliter een week zonder uitzonderlijke voorziene evenementen of belangrijke gebeurtenissen is. Daardoor zou het een representatieve weergave moeten zijn van het gewone nieuwsaanbod van nos.nl en rtlnieuws.nl. Er zijn per dag twee meetmomenten: om 09.00 uur en 21.00 uur. Zo wordt enerzijds zowel het nieuws in de ochtend als in de avond onderzocht en zitten er anderzijds steeds evenveel uren tussen de metingen.

**Afbeelding 1: Startpagina van nos.nl<sup>53</sup>; Afbeelding 2: Startpagina van rtlnieuws.nl<sup>54</sup>**



<sup>51</sup> De opbouw van nos.nl bestaat uit een startpagina, met links bovenaan tabbladen voor “nieuws”, “sport” en “uitzendingen” en rechts bovenaan tabbladen voor Teletekst, AEX, fileberichten en het weerbericht. Rtlnieuws.nl heeft bovenaan veel meer tabbladen. Het heeft tabbladen voor “nieuws”, “economie”, “sport”, “boulevard”, “editie NL”, “video”, “columns” en “facts”.

<sup>52</sup> De artikelen van de live nieuws-feed op rtlnieuws.nl worden niet geanalyseerd. Daar staan de meest recente artikelen bovenaan en dat hoeven niet per se de artikelen te zijn die het meest nieuwswaardig worden geacht door RTL Nieuws.

<sup>53</sup> Startpagina van NOS, geraadpleegd op 25 september 2015, <http://nos.nl/>.

<sup>54</sup> Startpagina van RTL Nieuws, geraadpleegd op 25 september 2015, <http://www.rtlnieuws.nl/>.



In de analyse zal niet alleen aandacht zijn voor de inhoud van de nieuwsberichten maar ook voor enkele vormelijke kenmerken daarvan. Volgens Neuendorf is het van belang om beide aspecten op te nemen in een inhoudsanalyse, aangezien de vorm van een bericht een grote invloed uitoefent op de manier waarop de inhoud wordt overgedragen en ontvangen.<sup>55</sup>

Allereerst zal er gekeken worden naar het onderwerp van de artikelen, omdat dit inzicht biedt in de vraag welke onderwerpen als het meest nieuwswaardig worden beschouwd. Er zal worden aangegeven of het binnenlands, buitenlands of transnationaal nieuws betreft, alsook in welke thematische categorie het onderwerp valt. De volgende thema's worden onderscheiden, wat losjes gebaseerd is op de categorisering van Boczkowski en Peer: politiek, economie, sociale zaken, sport, entertainment, criminaliteit, rampen, technologie, het weer, verkeer en overige.<sup>56</sup> Tevens wordt het aantal woorden van een artikel opgenomen in de analyse, aangezien dit op de nieuwswaarde van een gebeurtenis wijst.<sup>57</sup> Omdat ik veronderstel dat dezelfde redenering opgaat voor de hoeveelheid foto's, video's, audiofragmenten en hyperlinks in een nieuwsbericht, wordt dit eveneens onderzocht.

Tot slot zal de aanwezigheid van verscheidene nieuwsfactoren in de nieuwberichten geanalyseerd worden. Dit wordt gedaan om in kaart te brengen welke aspecten een gebeurtenis nieuwswaardig maken. Dit onderdeel van het onderzoek is gebaseerd op het analysemodel van Wendelin, Engelmann en Neubarth,<sup>58</sup> hoewel hun model enigszins aangepast zal worden. Anders dan bijvoorbeeld in de besproken nieuwswaardenclassificaties van Galtung en Ruge, Harcup en O'Neill, of Brighton en Foy,<sup>59</sup> worden nieuwsfactoren en andere selectiecriteria hier niet door elkaar gehaald. Wendelin, Engelmann en Neubarth meten uitsluitend nieuwsfactoren. Het gebruik van reeds valide gebleken codeboeken als basis voor het eigen codeboek heeft als

---

<sup>55</sup> Neuendorf, 24.

<sup>56</sup> Boczkowski en Peer, 872. Ik heb de thema's 'politiek' en 'overheid' samengevoegd tot 'politiek', en de thema's 'economie' en 'bedrijfswereld' samengevoegd tot 'economie'. Dit heb ik gedaan omdat nieuws over de overheid in mijn ogen ook onder politiek nieuws valt, net als dat ik nieuws over de bedrijfswereld als economisch nieuws beschouw. Verder heb ik de categorieën 'sociale zaken' (bijvoorbeeld nieuws over maatschappelijke problemen), 'rampen' (zoals natuurrampen en verkeersongelukken), verkeer (fileberichten, nieuws over infrastructuur, etc.) en 'overig' toegevoegd. Deze vond ik namelijk ontbreken in de categorisering van Boczkowski en Peer. Tot slot heb ik de categorie van buitenlands nieuws eruit gehaald. Dat iets buitenlands nieuws is wordt immers al duidelijk wanneer er wordt aangegeven of het nieuwsbericht over het binnenland of buitenland gaat. Bovendien kan nieuws over het buitenland gaan over politieke kwesties, maar ook over economische vraagstukken of culturele aangelegenheden. Daardoor is 'buitenlands nieuws' als thematische categorie redelijk vaag.

<sup>57</sup> Wendelin, Engelmann, en Neubarth, 9.

<sup>58</sup> Wendelin, Engelmann, en Neubarth. Het moet gezegd worden dat Wendelin, Engelmann en Neubarth hun analysemodel hebben gebaseerd op de onderzoeken van Christiane Eilders en Joachim Friedrich Staab. Echter, omdat ze niet duidelijk aangeven welke nieuwsfactoren uit hun analysemodel afkomstig zijn van respectievelijk Eilders en Staab en deze publicaties in het Duits geschreven zijn, wordt in dit onderzoek gerefereerd naar het werk van Wendelin, Engelmann en Neubarth.

<sup>59</sup> Zie pagina's 9-10.

bijkomend voordeel dat de eigen resultaten vergeleken kunnen worden met die van andere onderzoeken.<sup>60</sup>

De volgende nieuwsfactoren en bijbehorende definiëringen zullen worden overgenomen: “*proximity*”, “*curiosity*”, “*aggression*”, “*controversy*”, “*prominence*” (hernoemd als ‘elite personen’), “*unexpectedness*”, “*personification*”, “*emotions*”, “*sexuality*”, “*national involvement*”, “*reach*”, “*elite locations*”, “*facticity*”, “*success*” en “*damage*”.<sup>61</sup> De nieuwsfactor “*impact*” zal worden weggelaten omdat die te veel lijkt op de nieuwsfactoren *prominence* en *elite locations*.<sup>62</sup> In plaats daarvan zal de nieuwsfactor ‘elite organisaties’ worden toegevoegd. Dit aspect ontbrak in het analysemodel en organisaties kunnen niet geclassificeerd worden als landen of personen.

Verder zal – in tegenstelling tot het onderzoek van Wendelin, Engelmann en Neubarth<sup>63</sup> – niet alleen de aanwezigheid van nieuwsfactoren worden bestudeerd. Per nieuwsfactor zullen ook subcategorieën gecreëerd worden om te begrijpen welke aspecten van een nieuwsfactor een gebeurtenis nieuwswaardig maken. Voor ‘elite personen’ zal bijvoorbeeld aangegeven worden om wat voor personen het gaat (politici, sporters, leden van koningshuizen, etc.) en voor *proximity* over welke landen bericht wordt. Voor een volledig overzicht van de subcategorieën per nieuwsfactor kan het codeboek in de bijlage geraadpleegd worden.

Er moet vermeld worden dat voor de nieuwsfactor *facticity* geen sub-categorisering is gemaakt, aangezien het lastig was om hiervoor zinvolle subcategorieën te onderscheiden. Twee voorgestelde opties, namelijk het tellen van het aantal feiten of het analyseren van de aard van de feiten, zijn beide afgekeurd. Met betrekking tot de eerste optie is het bezwaar gemaakt dat de nieuwsorganisatie ervoor kan kiezen om bepaalde feiten niet te vernoemen. Het aantal genoemde feiten in een nieuwsbericht hoeft dus niet allesomvattend te zijn. De tweede optie heeft als bezwaar dat de mogelijkheden eindeloos zijn en zodoende moeilijk in kaart te brengen zijn in een inhoudsanalyse. Op basis van deze gronden is besloten geen subcategorieën voor *facticity* te onderzoeken.

Een beperking van dit onderzoek is dat het niet zal kunnen verklaren waarom bepaalde nieuwsfactoren vaker voorkomen dan andere, aangezien het alleen naar de aanwezigheid van de nieuwsfactoren kijkt.<sup>64</sup> Daarnaast zal er niets gezegd kunnen worden over de inhoud van de hyperlinks en audio- en videofragmenten. Door het maken van screenshots is de inhoud daarvan

---

<sup>60</sup> Sigurd Allern, zoals geparafraseerd in: Helle Sjøvaag en Eirik Stavelin, “Web Media and the Quantitative Content Analysis: Methodological Challenges in Measuring Online News Content,” *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies* 18 (2012): 215-229, 223; Neuendorf, 101-102.

<sup>61</sup> Wendelin, Engelmann, en Neubarth, 8. Voor de definities van de nieuwsfactoren, zie het codeboek in de bijlage.

<sup>62</sup> Ibidem.

<sup>63</sup> Ibidem.

<sup>64</sup> Wolfgang Donsbach, “Psychology of News Decisions: Factors Behind Journalists’ Professional Behavior,” *Journalism* 5 (2004): 131-157, 135.

namelijk niet meer te bekijken of beluisteren.<sup>65</sup> Verder kunnen er slechts aannames gemaakt worden over de nieuwswaarden die nos.nl en rtlnieuws.nl aan de nieuwsfactoren toeschrijven. Nieuwswaarden zijn eerder gedefinieerd als oordelen van journalisten. Het zijn dus geen eigenschappen van teksten, waardoor dat moeilijk via een inhoudsanalyse gemeten kan worden. Het interviewen van journalisten zou een betere methode zijn om dit te achterhalen.<sup>66</sup>

---

<sup>65</sup> Michael Karlsson en Jesper Strömbäck, "Freezing the Flow of Online News: Exploring Approaches to the Study of the Liquidity of Online News," *Journalism Studies* 11 (2010): 2-19, 7.

<sup>66</sup> Kepplinger en Ehmig, 29.

## 4. Analyseresultaten

### 4.1 Nieuwswaardige onderwerpen: geografie en thema's

Welke onderwerpen online als nieuwswaardig worden gezien kan vastgesteld worden door te kijken naar geografie en thema. Het blijkt dat binnenlands nieuws het vaakst voorkomt op zowel nos.nl als rtlnieuws.nl. Zoals in Tabel 2 te zien is gaat meer dan de helft van hun nieuwsberichten over gebeurtenissen die zich in Nederland afspelen. Verder heeft ongeveer een derde van de artikelen buitenlands nieuws als onderwerp, waarmee nieuws wordt bedoeld dat over andere landen dan Nederland gaat. Transnationaal nieuws (nieuws over meerdere landen tegelijkertijd waaronder Nederland) heeft slechts een klein aandeel in het nieuwsaanbod. De percentuele verschillen tussen nos.nl en rtlnieuws.nl zijn zeer klein en niet significant. Dit betekent dat ze op dit punt dezelfde nieuwsvoorziening hebben.

Qua thematisch onderwerp (zie Tabel 3) is op te merken dat door NOS het vaakst sportnieuws wordt geplaatst, gevolgd door nieuws over politieke gebeurtenissen en rampen. Over gebeurtenissen met betrekking tot het weer, het verkeer, en technologie en wetenschap wordt het minst bericht. RTL Nieuws besteedt daarentegen de meeste aandacht aan politiek nieuws, sociale kwesties en rampen. De minste aandacht gaat opnieuw uit naar nieuws over het verkeer, technologie en wetenschap, en cultuur en entertainment.

Dit resultaat is niet verrassend wanneer er rekening wordt gehouden met het feit dat in de week van de dataverzameling enkele gebeurtenissen uit deze categorieën het nieuws domineerden. Zo waren er natuurrampen in Frankrijk en Guatemala, gevechten tussen het Afghaanse leger en de Taliban om de stad Kunduz, en was er een moordaanslag op een school in de Verenigde Staten. Ook vonden sportevenementen als de UEFA Champions League en Europa League, de Eredivisie voetbal, en het EK volleybal voor vrouwen plaats. Politiek nieuws zoals de Russische deelname aan de strijd tegen ISIS en het Tweede Kamerdebat over ProRail kwam ook uitvoerig aan bod, evenals de sociale kwestie over de opvang van asielzoekers in Nederland.<sup>67</sup>

Echter, Tabel 3 wijst uit dat nos.nl en rtlnieuws.nl verschillen in de hoeveelheid aandacht die de verscheidene thema's krijgen. De verschillen zijn significant, maar door SPSS wordt niet aangegeven waar de significante verschillen zitten. Desondanks is het aannemelijk dat er enkel een verschil is in de hoeveelheid sportnieuws dat wordt aangeboden (zie uitleg verderop). In ieder geval kan worden afgeleid dat door NOS meer nieuws over economie, sport, cultuur en

---

<sup>67</sup> Het voorkomen van deze gebeurtenissen hoeft niet direct een vertekend effect te hebben op de representativiteit van de steekproef. Zo is de opvang van asielzoekers een vraagstuk dat al een geruime tijd de Nederlandse politiek én bevolking bezig houdt en zijn de voetbal evenementen wekelijkse of tweewekelijkse terugkerende gebeurtenissen. Deze gebeurtenissen verschijnen daardoor ook buiten de voor dit onderzoek gekozen dataverzamelingsperiode in het nieuwsaanbod van NOS en RTL Nieuws. Dat zorgt ervoor dat de representativiteit van de steekproef niet meteen in het geding is.

entertainment, criminaliteit, technologie en wetenschap, en 'overige' gepubliceerd is. RTL Nieuws bericht daarentegen vaker over politieke gebeurtenissen, sociale kwesties, het weer, verkeer, en rampen. Hieruit is op te maken dat rtlnieuws.nl meer aandacht besteedt aan *public affairs* nieuws (politiek, economie, sociale kwesties, rampen; 65,1%) dan aan *nonpublic affairs* nieuws (alle overige thema's; 34,9%). Op nos.nl is de verdeling tussen de hoeveelheid *public affairs* (49,5%) en *nonpublic affairs* (50,5%) nieuws evenredig. Dit verschil tussen NOS en RTL Nieuws is vrij groot en significant ( $Chi^2 = 7,550; df = 1; p < 0,01$ ).

Zoals gezegd is sportnieuws een zeer opvallend en significant verschil wanneer gekeken wordt naar de individuele thema's. NOS plaatst ongeveer drie keer zoveel sportnieuws dan RTL Nieuws. Een verklaring hiervoor kan gezocht worden in de aard van hun nieuwsaanbod op televisie. NOS heeft elke avond een apart journaal voor sportnieuws, maar RTL Nieuws niet. Bovendien worden grote sportevenementen als de Olympische Spelen, de Tour de France, en de wereldkampioenschappen en Europese kampioenschappen van voetbal, schaatsen en hockey op de televisie uitgezonden door NOS en niet door RTL Nieuws. Hetzelfde geldt voor online livestreams van deze evenementen en andere sportwedstrijden. Hierdoor is NOS van nature meer georiënteerd op sportnieuws dan RTL Nieuws. Kennelijk vertaalt dit verschil in hun televisienieuwsvoorziening zich naar het nieuwsaanbod op hun websites.

Interessant is om te onderzoeken welke publicatieplaats gebeurtenissen over de verscheidene thema's krijgen toegewezen, aangezien een hogere publicatieplaats wijst op een grotere nieuwswaardigheid. Om dit te toetsen zijn de thema's samengevoegd tot enerzijds *public affairs* en anderzijds *nonpublic affairs*. Vanwege enkele kleine waarden werd namelijk niet aan de voorwaarden voor de chi-kwadraat voldaan wanneer een kruistabel werd gemaakt voor het thematisch onderwerp in relatie tot de publicatieplaats.

Uit Tabel 4 blijkt dat de drie bovenste plekken op beide nieuwssites gedomineerd worden door *public affairs* nieuws. Op deze posities wordt meer *public affairs* nieuws gezet dan *nonpublic affairs*. Op de eerste en meest prominente plek op de startpagina wordt zelfs – op één uitzondering bij RTL Nieuws na – enkel nieuws over *public affairs* geplaatst. Verder geldt voor nos.nl dat op de overige posities *public affairs* en *nonpublic affairs* nieuws afwisselend het vaakst worden gepositioneerd. Op plekken vier, zes, acht, tien en elf heeft *public affairs* een kleine meerderheid. Op posities vijf, zeven, negen, twaalf en veertien gaat (meer dan) twee derde van de artikelen over *nonpublic affairs*. De verschillen op plekken één twee, drie, vijf, zeven, negen, twaalf en veertien zijn vrij groot en het zullen dan ook waarschijnlijk deze verschillen zijn die significant zijn (wederom geeft SPSS dat niet aan in de berekeningen).

In het geval van rtlnieuws.nl is het zo dat enkel op positie acht meer *nonpublic affairs* nieuws dan *public affairs* nieuws te vinden is. Dit kan verklaard worden door het grote aandeel van *public affairs* in het nieuwsaanbod van RTL Nieuws. Daardoor is het logisch dat deze

categorie op bijna elke positie een meerderheid heeft. Op plekken vier en zeven is de verdeling echter evenredig en op plaats zes is er slechts een kleine meerderheid aan *public affairs* nieuws. Op posities vijf en negen komt dit nieuwstype wel weer duidelijk het meeste voor. Het is daarom aannemelijk dat er voor alle posities behalve vier, zes en zeven significante verschillen zijn.

Ondanks dat *nonpublic affairs* nieuws voldoende nieuwswaardigheid bezit om op de startpagina's van beide websites gepubliceerd te worden, is het kennelijk niet nieuwswaardig genoeg om daar ook een prominente plek te bemachtigen. Deze plekken worden doorgaans gegeven aan *public affairs* nieuws. Er is dus een duidelijk verschil tussen de nieuwstypes als het gaat om hun publicatieplaats. *Public affairs* nieuws heeft een grotere kans op een hoge positie op de startpagina dan *nonpublic affairs* nieuws. Daardoor wordt *public affairs* gepositioneerd als het belangrijkste en meest nieuwswaardige nieuws.

**Tabel 2: Geografisch onderwerp van de nieuwsberichten**

Geografisch onderwerp	Nos.nl		Rtlnieuws.nl	
	<i>n</i>	%	<i>n</i>	%
<i>Binnenland</i>	109	55,6	75	59,5
<i>Buitenland</i>	74	37,8	44	34,9
<i>Transnationaal</i>	13	6,6	7	5,6
<i>Totaal</i>	196	100	126	100

$Chi^2 = 0,517$ ;  $df = 2$ ;  $p = 0,772$

**Tabel 3: Thematisch onderwerp van de nieuwsberichten**

Thematisch onderwerp	Nos.nl		Rtlnieuws.nl	
	<i>n</i>	%	<i>n</i>	%
<i>Politiek</i>	33	16,8	30	23,8
<i>Economie</i>	15	7,7	8	6,3
<i>Sociale kwesties</i>	22	11,2	22	17,5
<i>Rampen</i>	27	13,8	22	17,5
<i>Cultuur &amp; entertainment</i>	10	5,1	5	4,0
<i>Criminaliteit</i>	17	8,7	7	5,6
<i>Sport</i>	47	24,0	10	7,9
<i>Technologie &amp; wetenschap</i>	7	3,6	4	3,2
<i>Het weer</i>	3	1,5	7	5,6
<i>Verkeer</i>	3	1,5	4	3,2
<i>Overige</i>	12	6,1	7	5,6
<i>Totaal</i>	196	100	126	100

$Chi^2 = 22,350$ ;  $df = 10$ ;  $p < 0,05$

**Tabel 4: Publicatieplaats op de website per type nieuws**

Publicatieplaats		Nos.nl*		Rtlnieuws.nl**	
		Public affairs	Nonpublic affairs	Public affairs	Nonpublic affairs
1	n	14	0	13	1
	%	100	0	92,9	7,1
2	n	9	5	11	3
	%	64,3	35,7	78,6	21,4
3	n	10	4	11	3
	%	71,4	28,6	78,6	21,4
4	n	8	6	7	7
	%	57,1	42,9	50,0	50,0
5	n	4	10	10	4
	%	28,6	71,4	71,4	28,6
6	n	7	7	8	6
	%	50,0	50,0	57,1	42,9
7	n	5	9	7	7
	%	35,7	64,3	50,0	50,0
8	n	8	6	5	9
	%	57,1	42,9	35,7	64,3
9	n	4	10	10	4
	%	28,6	71,4	71,4	28,6
10	n	6	8	-	-
	%	42,9	57,1	-	-
11	n	6	8	-	-
	%	42,9	57,1	-	-
12	n	5	9	-	-
	%	35,7	64,3	-	-
13	n	9	5	-	-
	%	64,3	35,7	-	-
14	n	2	12	-	-
	%	14,3	85,7	-	-
<b>Gemiddelde Rangordescore</b>		83,27	113,42	57,18	75,27

\* Mann-Whitney U-test.  $U = 3324,5$ ;  $Z\text{-score} = -3,729$ ;  $p < 0,001$

\*\* Mann-Whitney U-test.  $U = 1286$ ;  $Z\text{-score} = -2,667$ ;  $p < 0,01$

Concluderend kan gesteld worden dat nos.nl en rtlnieuws.nl enige overlapping vertonen met betrekking tot de thematische onderwerpen die het meest en het minst aan bod komen in hun nieuwsvoorziening. Desondanks verschillen ze in de hoeveelheid aandacht die ze aan deze onderwerpen besteden. Zo vindt RTL Nieuws *public affairs* nieuws veel nieuwswaardiger dan *nonpublic affairs* nieuws. Dat wordt niet alleen duidelijk uit de hoeveelheid artikelen daarover in de nieuwssselectie, maar ook uit de publicatieplaats die het op de startpagina krijgt. Voor NOS lijken beide categorieën over een even grote nieuwswaarde te beschikken. Dit komt echter beter naar voren afgaande op het aantal artikelen dan op de publicatieplaats. Bovendien wordt de grotere nieuwswaarde van *nonpublic affairs* voornamelijk veroorzaakt door de aanzienlijke hoeveelheid sportnieuws die NOS publiceert. Al met al kan Hypothese 1 alleen bevestigd worden voor rtlnieuws.nl en komen de bevindingen dus niet helemaal overeen met de onderzoeken van Boczkowski, Mitchelstein en Walter en van Wendelin, Engelmann en Neubarth.<sup>68</sup>

## 4.2 Nieuwswaardige thema's in relatie tot de wijze van verslaggeving

Een belangrijke vraag in dit onderzoek is of uit de constructie van de nieuwsberichten kan worden afgeleid welke onderwerpen het meest nieuwswaardig zijn. Voordat er wordt ingegaan op het gemiddeld aantal woorden, media en hyperlinks per thema, komen eerst de algemene gemiddeldes per nieuwssite aan bod. Op die manier kan immers beter worden aangegeven of bijvoorbeeld sportnieuws een bovengemiddeld aantal woorden heeft. Aan de hand daarvan kan dan geconcludeerd worden dat aan de constructie van de nieuwsberichten hierover meer aandacht wordt besteed en dat dit onderwerp dus een hoge nieuwswaarde heeft.

Met een gemiddelde lengte van 256 woorden plaatst nos.nl langere artikelen dan rtlnieuws.nl, waar nieuwsberichten gemiddeld 193 woorden bevatten. Dit verschil is significant ( $U = 9493,5$ ;  $Z\text{-score} = -3,501$ ;  $p < 0,001$ ). In Tabel 5 staan het aantal foto's, video's, audiofragmenten en hyperlinks in nieuwsberichten alsook de gemiddeldes daarvan.<sup>69</sup> Te zien is dat NOS significant meer media aan de artikelen toevoegt dan RTL Nieuws, doordat het vaker één of meer foto's, video's en audiofragmenten in artikelen plaatst. Vooral bij het aantal foto's en video's zijn de verschillen groot. Dit is opvallend aangezien verwacht zou worden dat rtlnieuws.nl als website van een televisienieuwsorganisatie over genoeg beeldmateriaal beschikt om bij artikelen te zetten. RTL Nieuws maakt daarentegen wel meer gebruik van hyperlinks dan NOS, maar dit is een klein en niet-significant verschil. Hieruit kan opgemaakt worden dat nos.nl bij voorbaat meer aandacht besteed aan de verslagwijze van een nieuwsitem dan rtlnieuws.nl.

---

<sup>68</sup> Boczkowski, Mitchelstein, en Walter, 385-389; Wendelin, Engelmann, en Neubarth, 14.

<sup>69</sup> Vanwege de variërende maximale aantallen zijn de resultaten in Tabel 5 gegroepeerd in klassen. Voor nos.nl is het maximale aantal foto's, video's, audiofragmenten en hyperlinks respectievelijk 36, 6, 2, en 16. Voor rtlnieuws.nl is dat respectievelijk 4, 1, 0, en 10.



**Tabel 5: Aantal media en hyperlinks in nieuwsberichten**

Medium	Nos.nl						Rthnieuws.nl							
	0		1		2 ≥		$\bar{X}$	0		1		2 ≥		$\bar{X}$
	n	%	n	%	n	%		n	%	n	%	n	%	
<b>Foto*</b>	18	9,2	131	66,8	47	24,0	1,70	10	7,9	108	85,7	8	6,3	1,02
<b>Video**</b>	118	60,2	53	27,0	25	12,8	0,62	101	80,2	25	19,2	-	-	0,20
<b>Audio***</b>	186	94,9	9	4,6	1	0,5	0,06	126	100	-	-	-	-	0,00
<b>Hyperlinks****</b>	67	34,2	38	19,4	91	46,4	1,79	33	26,2	25	19,8	68	54	1,88

\* Mann-Whitney U-test.  $U = 10445,5$ ;  $Z\text{-score} = -3,038$ ;  $p < 0,01$

\*\* Mann-Whitney U-test.  $U = 9571,5$ ;  $Z\text{-score} = -4,157$ ;  $p < 0,001$

\*\*\* Mann-Whitney U-test.  $U = 11718$ ;  $Z\text{-score} = -2,572$ ;  $p = 0,01$

\*\*\*\* Mann-Whitney U-test.  $U = 11110,5$ ;  $Z\text{-score} = -1,559$ ;  $p = 0,119$

**Tabel 6: Gemiddeldes en gemiddelde rangordscores (GROS) voor wijze van verslaggeving op nos.nl**

Thema	Aantal woorden*		Aantal foto's		Aantal video's**		Aantal audio		Aantal hyperlinks	
	$\bar{X}$	GROS	$\bar{X}$	GROS	$\bar{X}$	GROS	$\bar{X}$	GROS	$\bar{X}$	GROS
Politiek	287	125,98	1,12	93,33	0,58	100,14	0,00	93,50	2,70	123,80
Economie	253	94,63	1,07	89,23	0,33	79,50	0,00	93,50	1,33	90,77
Sociale kwesties	294	107,80	3,05	105,36	0,23	76,57	0,05	97,93	1,77	95,64
Rampen	191	78,39	1,63	96,43	0,22	76,57	0,04	97,11	1,85	107,76
Cultuur & entertainment	230	95,70	1,50	109,05	0,70	114,15	0,00	93,50	1,50	100,55
Criminaliteit	168	64,91	1,12	89,41	0,24	79,62	0,00	93,50	1,12	84,65
Sport	302	103,66	1,53	98,50	1,43	130,90	0,17	108,13	1,70	82,16
Technologie & wetenschap	286	110,57	2,29	112,86	0,57	100,93	0,14	107,43	1,14	89,07
Het weer	145	44,83	4,67	120,83	0,33	88,00	0,00	93,50	2,33	138,33
Verkeer	195	78,83	1,00	84,00	0,33	88,00	0,00	93,50	2,00	113,83
Overige	244	96,96	2,50	110,13	0,50	97,92	0,00	93,50	1,58	96,63
Kruskall-Wallis toets $\chi^2$	21,549		4,904		35,759		15,612		15,375	

\* Significant bij  $p < 0,05$ ; \*\* Significant bij  $p < 0,001$ .

De gemiddeldes en gemiddelde rangordingscores van het aantal foto's, video's, audiofragmenten en hyperlinks per thema zijn voor NOS in Tabel 6 en voor RTL Nieuws in Tabel 7 weergegeven. Er zijn enkele opvallende resultaten op te merken. Op nos.nl bevatten artikelen over sport, sociale kwesties, politiek, en technologie en wetenschap een bovengemiddeld aantal woorden. De artikellengtes van de verscheidene thema's verschillen significant. Uit een post hoc test voor verschillen tussen groepscombinaties blijkt echter dat enkel de thema's criminaliteit en politiek significant van elkaar verschillen ( $p < 0,05$ ).

In Tabel 6 is ook te zien dat artikelen over sport en over cultuur en entertainment gemiddeld meer video's bezitten dan andere categorieën. De grootste negatieve afwijkingen van het gemiddelde zijn te vinden bij de thema's rampen, sociale kwesties en criminaliteit. De verschillen in aantal video's per thema zijn eveneens significant. Hier wijst een post hoc test uit dat voor vier groepscombinaties het aantal video's significant verschilt: economie en sport ( $p < 0,05$ ), criminaliteit en sport ( $p < 0,05$ ), rampen en sport ( $p < 0,001$ ), en sociale zaken en sport ( $p = 0,001$ ). Dit betekent dat artikelen over deze vier thema's significant minder video's bevatten dan sportnieuws.

Voor het aantal foto's, audiofragmenten en hyperlinks op nos.nl zijn de verschillen tussen de thema's niet significant. Desondanks zijn ze het vermelden waard. Nieuwsberichten over het weer, 'overige', en technologie en wetenschap beschikken over een bovengemiddeld aantal foto's. Het thema sociale kwesties heeft ook een hoog gemiddelde, maar dit wordt vertekend door één nieuwsbericht waarin 36 foto's geplaatst zijn. Zonder dit artikel ligt het gemiddelde veel lager (mediaan en modus zijn beide 1). Verder wordt bij nieuws over verkeer gemiddeld het minste aantal foto's geplaatst, en bij criminaliteit het minste aantal hyperlinks. De onderwerpen politiek, het weer, verkeer en rampen bevatten een bovengemiddeld aantal hyperlinks, terwijl sport en technologie en wetenschap meer audiofragmenten dan gemiddeld hebben.

Dat sportnieuws en politiek nieuws een bovengemiddelde artikellengte hebben is niet zo vreemd. De hoge nieuwswaarde van deze thema's op nos.nl bleek al uit het grote aantal nieuwsberichten hierover. Maar die grote nieuwswaarde uit zich dus ook in de moeite die in de artikels wordt gestoken door deze gemiddeld een langere lengte te geven. Voor sportnieuws komt daarbij dat het een bovengemiddeld aantal video's bevat. Dit kan vermoedelijk verklaard worden doordat NOS op de televisie ook veel belangstelling voor sportevenementen heeft, zoals eerder al is gezegd. Daardoor zal de organisatie over veel beeldmateriaal beschikken en zal het waarschijnlijk weinig moeite kosten om dat ook in artikelen op de website te plaatsen.

Wat vooral opvallend is aan bovenstaande resultaten zijn de hoge scores van artikelen over technologie en wetenschap en cultuur en entertainment. Van zulke nieuwsgebeurtenissen wordt immers zeer weinig verslag gedaan door NOS. Het lijkt er op dat wanneer een gebeurtenis uit deze categorieën eenmaal voldoende nieuwswaardig wordt gevonden om te publiceren, er

dan ook relatief veel aandacht aan de vormgeving van het artikel wordt besteed. Daarom kan geconcludeerd worden dat op nos.nl de thematische nieuwswaarde van sportnieuws en politiek nieuws in overeenstemming is met de constructie van artikelen hierover. Dat is evenwel niet het geval bij nieuws over technologie en wetenschap en cultuur en entertainment.

Bij RTL Nieuws doet zich eenzelfde soort situatie voor, hoewel hier enkel de verschillen met betrekking tot het aantal foto's significant zijn. In de categorieën cultuur en entertainment, 'overige', sociale kwesties en rampen worden meer foto's bij de nieuwsberichten gevoegd dan gemiddeld. Het weer bevat het minste aantal foto's. Een post hoc test voor verschillen tussen groepscombinaties heeft aangetoond dat alleen de thema's het weer en overige significant verschillen in het aantal foto's ( $p < 0,05$ ).

Nieuwsberichten over technologie en wetenschap, cultuur en entertainment, sociale kwesties, economie, en politiek hebben een bovengemiddeld aantal woorden, terwijl verkeer over de kortste artikellengte beschikt. De meeste video's zijn te vinden bij technologie en wetenschap, cultuur en entertainment, het weer, politiek en criminaliteit. Aan de thema's politiek en technologie en wetenschap worden tevens meer hyperlinks toegevoegd dan gemiddeld, net als bij sociale kwesties en rampen. Bij economie en verkeer worden gemiddeld de minste video's geplaatst, en bij sportnieuws gemiddeld het minste aantal hyperlinks.

Net als bij nos.nl geldt op rtlnieuws.nl dat ten minste bij één medium (aantal foto's) de onderwerpen waarover het meest gepubliceerd wordt (sociale kwesties en rampen) gemiddeld meer van dat medium bezitten dan andere thema's. Toch is bij thema's waarvan weinig verslag wordt gedaan opnieuw meer moeite gestoken in de vormgeving dan verwacht zou worden op basis van de lage nieuwswaarde. Dit is het geval bij nieuws over cultuur en entertainment en over technologie en wetenschap. Wellicht is het zo dat de gebeurtenissen uit deze thema's zich leenden voor een lange toelichting en dat er makkelijk media en hyperlinks bij te zoeken waren. Zo zitten er in de steekproef artikels over nieuwe versies van producten van Google en Apple. Hierbij is het mogelijk om uitgebreid in te gaan op de specifieke onderdelen die nieuw of verbeterd zijn, wat ook gedaan is door NOS en RTL Nieuws. Al met al kan geconcludeerd worden dat de nieuwswaarde van een thema slechts deels de constructie van een nieuwsbericht bepaalt.

**Tabel 7: Gemiddeldes en gemiddelde rangordescodes (GROS) voor wijze van verslaggeving op rtlnieuws.nl**

Thema	Aantal woorden		Aantal foto's*		Aantal video's		Aantal hyperlinks	
	$\bar{X}$	GROS	$\bar{X}$	GROS	$\bar{X}$	GROS	$\bar{X}$	GROS
<i>Politiek</i>	197	68,93	0,87	56,63	0,30	69,90	2,20	67,62
<i>Economie</i>	208	68,69	1,00	64,50	0,00	51,00	1,63	57,81
<i>Sociale kwesties</i>	212	72,73	1,18	69,73	0,14	59,59	2,32	76,02
<i>Rampen</i>	190	60,55	1,09	67,20	0,09	56,73	2,09	68,52
<i>Cultuur &amp; entertainment</i>	273	86,60	1,60	76,70	0,40	76,20	1,60	54,90
<i>Criminaliteit</i>	175	62,57	1,00	64,50	0,29	69,00	1,29	53,64
<i>Sport</i>	170	57,55	0,90	58,60	0,10	57,00	0,80	37,80
<i>Technologie &amp; wetenschap</i>	301	61,50	1,00	63,88	0,50	82,50	2,00	68,63
<i>Het weer</i>	118	36,36	0,57	39,21	0,43	78,00	1,86	61,63
<i>Verkeer</i>	98	23,75	1,00	64,50	0,00	51,00	1,25	51,25
<i>Overige</i>	171	58,50	1,29	80,64	0,14	60,00	1,43	56,14
<i>Kruskall-Wallis</i> $\chi^2$	13,397		20,052		13,914		10,606	

\* Significant bij  $p < 0,05$

### 4.3 Nieuwsfactoren: aanwezigheid, subcategorieën en combinaties

Hoewel de thema's op nos.nl een andere nieuwswaarde hebben dan op rtlnieuws.nl, is er geen verschil in de aanwezigheid van de verscheidene nieuwsfactoren. In Tabel 8 is te zien hoe vaak iedere nieuwsfactor per nieuwsorganisatie aanwezig is. De factoren *facticity*, *proximity*, *reach*, en *personification* komen het vaakst voor, terwijl de factoren *sexuality*, *controversy*, *curiosity*, *success*, en *national involvement* zeer weinig terug te vinden zijn. Er zijn geen significante verschillen tussen nos.nl en rtlnieuws.nl voor de mate waarin een nieuwsfactor aanwezig is, met uitzondering van *controversy*. Dit betekent dat rtlnieuws.nl meer gebeurtenissen met deze nieuwsfactor plaatst dan nos.nl. De andere factoren zijn op beide websites even vaak aanwezig.

Nieuwsfactoren als *national involvement*, elite personen, *elite locations* en *reach* scoren in vergelijking met de besproken onderzoeken uit het theoretisch kader lager. Dit wordt mogelijk veroorzaakt door andere beslissingen in het codeerproces. Zo is in ieder geval in dit onderzoek de aanwezigheid van *national involvement* met een 'nee' gecodeerd voor binnenlands nieuws. Bij deze nieuwsfactor is uitgegaan van gebeurtenissen die het nationale niveau overstijgen. Er is verondersteld dat het publiek van NOS en RTL Nieuws van nature betrokken is bij binnenlands

nieuws omdat deze gebeurtenissen in het eigen land plaatsvinden. Daardoor leek het onlogisch zulk nieuws te coderen als nationale betrokkenheid.

Bij *elite locations* is een EU-lidstaat die niet opzichzelfstaand als elite locatie wordt beschouwd (wat bijvoorbeeld bij Duitsland en Frankrijk wél het geval is) niet gecodeerd als elite locatie 'Europese Unie'. Dit is gedaan omdat de code een gebeurtenis impliceert die zich in de EU als collectief afspeelt, terwijl de gebeurtenis in kwestie over slechts één lidstaat gaat.

Voor de nieuwsfactor elite personen geldt dat de gebeurtenis daadwerkelijk over een elite persoon moet gaan of dat die elite persoon erbij betrokken moet zijn. Er is geen aanwezigheid van elite personen gecodeerd wanneer een elite persoon in een artikel slechts een reactie geeft maar het artikel hoofdzakelijk over een gebeurtenis gaat waarbij die persoon niet betrokken is. Immers, de gebeurtenis gaat dan in principe niet over een elite persoon.

**Tabel 8: Aanwezigheid van nieuwsfactoren per nieuwsorganisatie**

Nieuwsfactor	Nos.nl				Rtlnieuws.nl			
	Afwezig		Aanwezig		Afwezig		Aanwezig	
	<i>n</i>	%	<i>n</i>	%	<i>n</i>	%	<i>n</i>	%
<i>Proximity</i>	39	19,9	157	80,1	22	17,5	104	82,5
<i>Curiosity</i>	170	86,7	26	13,3	116	92,1	10	7,9
<i>Aggression</i>	168	85,7	28	14,3	100	79,4	26	20,6
<i>Controversy*</i>	192	98,0	4	2,0	116	92,1	10	7,9
<i>Elite personen</i>	111	56,6	85	43,4	82	65,1	44	34,9
<i>Unexpectedness</i>	123	62,8	73	37,2	77	61,1	49	38,9
<i>Personification</i>	100	51,0	96	49,0	72	51,1	54	42,9
<i>Emotions</i>	158	80,6	38	19,4	108	85,7	18	14,3
<i>Sexuality</i>	192	98,0	4	2,0	123	97,6	3	2,4
<i>National involvement</i>	163	83,2	32	16,3	114	90,5	12	9,5
<i>Reach</i>	102	52,0	94	48,0	56	44,4	70	55,6
<i>Elite locations</i>	147	75,0	49	25,0	98	77,8	28	22,2
<i>Facticity</i>	33	16,8	163	83,2	23	18,3	103	81,7
<i>Success</i>	167	85,2	29	14,8	108	85,7	18	14,3
<i>Damage</i>	140	71,4	56	28,6	88	69,8	38	30,2
<i>Elite organisaties</i>	151	77,0	45	23,0	103	81,7	23	18,3

\* Significant bij  $p < 0,05$

Ten slotte zijn bij *reach* gebeurtenissen als voorstellen voor bepaalde wetswijzigingen of andere plannen die de maatschappij potentieel zouden kunnen beïnvloeden niet beschouwd als de aanwezigheid van bereik. Omdat de voorstellen nog niet zijn uitgevoerd of goedgekeurd, hebben ze nog niet daadwerkelijk een invloed op personen. Daardoor is *reach* voor deze gebeurtenissen in principe niet aanwezig. Uiteraard is er in potentie wel bereik, maar de grens moest ergens worden getrokken. Alles bijeengenomen zouden alle beschreven beslissingen (deels) kunnen verklaren waarom de scores voor deze nieuwsfactoren lager zijn uitgevallen dan op basis van eerder onderzoek was verwacht.

Wanneer gekeken wordt naar de aanwezigheid van nieuwsfactoren in relatie tot het thematische onderwerp zijn enkele verschillen op te merken. Zoals in Tabel 9 te zien is, verschijnen de nieuwsfactoren *aggression*, *controversy*, *unexpectedness*, *personification*, *emotions*, *reach* en *damage* op nos.nl meer in *public affairs* nieuws dan in *nonpublic affairs* nieuws. Voor *proximity*, *curiosity*, elite personen, *sexuality*, *national involvement*, *elite locations*, *facticity*, *success* en elite organisaties geldt het omgekeerde. Echter, alleen de verschillen met betrekking tot *curiosity*, elite personen, *national involvement* en *reach* zijn significant. De eerste drie factoren zijn dus aspecten die vooral *nonpublic affairs* nieuwswaardig maken. *Reach* speelt juist eerder een rol in de nieuwswaardigheid van *public affairs* nieuws.

Net als op nos.nl komen op rtlnieuws.nl *aggression*, *controversy*, *personification*, *emotions*, *reach* en *damage* meer voor bij *public affairs*, terwijl *curiosity*, *sexuality*, *national involvement* en elite organisaties vaker terug te vinden zijn bij *nonpublic affairs*. *Proximity*, elite personen, *elite locations*, *facticity* en *success* hebben daarentegen een grotere aanwezigheid in *public affairs* en niet in *nonpublic affairs* nieuws. Het omgekeerde geldt voor de factor *unexpectedness*. Het blijkt dat hier slechts één verschil significant is, namelijk voor *sexuality*. Dat is niet verrassend, aangezien bij meerdere nieuwsfactoren de verschillen tussen beide nieuwstypes marginaal zijn.

Vanwege de kleinere omvang van de steekproef wanneer deze gesplitst werd in één steekproef voor nos.nl en één voor rtlnieuws.nl, is ook onderzocht of de aanwezigheid van de nieuwsfactoren per nieuwstype significant verschilt in de hele steekproef. Dit is het geval bij *aggression* ( $Chi^2 = 4,393$ ;  $df = 1$ ;  $p < 0,05$ ) en *controversy* ( $Chi^2 = 5,380$ ;  $df = 1$ ;  $p < 0,05$ ). Deze zijn meer te vinden bij *public affairs* dan *nonpublic affairs*. *Curiosity*, elite personen, *sexuality*, *national involvement* en *reach* zijn ook significant, maar waren dat reeds voor ofwel nos.nl ofwel rtlnieuws.nl.

In conclusie kan Hypothese 2 slechts ten dele worden bevestigd. De omvang van een gebeurtenis (*reach*) is één van de meest voorkomende nieuwsfactoren op de websites van NOS en RTL Nieuws, maar factoren over betrokken landen en personen (*elite locations*, *national involvement*, elite personen) behoren daar niet toe. Nieuwsfactoren *facticity*, *proximity*, *reach* en *personification* hebben de grootste invloed op de nieuwswaardigheid van een gebeurtenis. Door

hun grote aanwezigheid kan aangenomen worden dat zij relevanter worden geacht dan andere nieuwsfactoren en derhalve een hogere nieuws waarde hebben. Het is echter ook zo dat sommige nieuwsfactoren belangrijker zijn voor de nieuws waardigheid naar gelang het type nieuws (*public affairs* versus *nonpublic affairs*). Tot slot kan worden afgeleid dat elke nieuwsfactorencategorie van Eilders – “sociale relevantie” (*proximity, reach*), “evolutionair voordeel” (*facticity*), en “vertrouwdheid” (*personification*)<sup>70</sup> – vertegenwoordigd is in de top-vier van belangrijkste nieuwsfactoren. Dit betekent dat geen van deze categorieën meer invloedrijk is in de nieuwsselectie ten opzichte van de andere categorieën.

**Tabel 9: Aanwezigheid van nieuwsfactoren per type nieuws**

Nieuwsfactor	Nos.nl			Rthnieuws.nl		
	Public affairs	Nonpublic affairs	Chi <sup>2</sup>	Public affairs	Nonpublic affairs	Chi <sup>2</sup>
	%	%		%	%	
<i>Proximity</i>	75,3	84,4	2,828	82,9	81,8	0,024
<i>Curiosity</i>	8,2	18,2	4,203*	6,1	11,4	n.v.t.
<i>Aggression</i>	16,5	12,1	0,765	25,6	11,4	3,549
<i>Controversy</i>	3,0	1,0	n.v.t.	11,0	2,3	n.v.t.
<i>Elite personen</i>	30,9	55,6	12,100**	35,4	34,1	0,020
<i>Unexpectedness</i>	43,3	31,3	3,011	34,1	47,7	2,222
<i>Personification</i>	49,5	48,5	0,020	48,8	31,8	3,364
<i>Emotions</i>	20,6	18,2	0,186	15,9	11,4	0,471
<i>Sexuality</i>	1,0	3,0	n.v.t.	0	6,8	****
<i>National involvement</i>	6,2	26,3	14,457***	6,1	15,9	n.v.t.
<i>Reach</i>	68,0	28,3	31,031***	59,8	47,7	1,678
<i>Elite locations</i>	23,7	26,3	0,170	24,4	18,2	0,639
<i>Facticity</i>	82,5	83,8	0,065	82,9	79,5	0,219
<i>Success</i>	11,3	18,2	1,819	14,6	13,6	0,023
<i>Damage</i>	33,0	24,2	1,837	30,5	29,5	0,012
<i>Elite organisaties</i>	18,6	27,3	2,104	17,1	20,5	0,219

*n.v.t.* = voldoet niet aan voorwaarden voor  $\chi^2$ , geen significantie met Fisher's Exact Test

\* Significant bij  $p < 0,05$

\*\* Significant bij  $p = 0,001$

\*\*\* Significant bij  $p < 0,001$

\*\*\*\* Voldoet niet aan voorwaarden voor  $\chi^2$ , significant met Fisher's Exact Test ( $p < 0,05$ )

<sup>70</sup> Eilders, 15-16.

Zoals eerder is aangegeven is niet alleen gekeken naar de aanwezigheid van nieuwsfactoren, maar ook naar de verschillende subcategorieën per nieuwsfactor. Vanwege de beperkte omvang van deze paper zullen van slechts enkele nieuwsfactoren de subcategorieën worden behandeld. Dit zullen nieuwsfactoren zijn met een hoge aanwezigheid alsook factoren waarbij er voor de subcategorieën een significant verschil is tussen nos.nl en rtlnieuws.nl.

*Proximity* komt veelvuldig voor in de online nieuwsvoorziening van NOS en RTL Nieuws. Beide nieuwsorganisaties publiceren hoofdzakelijk over gebeurtenissen die zich afspelen in Nederland (zie Tabel 10). Dat is niet verrassend, aangezien NOS en RTL Nieuws het vaakst over binnenlands nieuws berichten. Wanneer de nieuwsgebeurtenissen zich niet in Nederland hebben voorgedaan, gaat het ofwel om gebeurtenissen in andere Europese landen (waaronder Duitsland, België, Frankrijk en Groot-Brittannië) ofwel om gebeurtenissen in de Verenigde Staten. Hoewel rtlnieuws.nl iets meer bericht over gebeurtenissen in Nederland en de VS, zijn de verschillen tussen de nieuwsorganisaties niet groot en bovendien niet significant. Daardoor kan worden opgemaakt dat zij op dit punt een vergelijkbare nieuwsoutput hebben.

Hetzelfde kan geconcludeerd worden voor de subcategorieën van *reach* (Tabel 11) en *personification* (Tabel 12). Op beide websites gaat nieuws met de nieuwsfactor *reach* het vaakst over gebeurtenissen met een landelijk bereik en een lokaal bereik. Nieuws over continentale gebeurtenissen komt het minste aan bod. Opnieuw wijken de percentages van beide nieuwsmedia weinig van elkaar af en zijn ze niet significant verschillend. Bij *personification* zijn de percentuele verschillen weliswaar groter, maar eveneens niet significant. Desondanks kan worden vastgesteld dat beide nieuwssites gebeurtenissen meer hebben gepersonaliseerd vanuit slechts één individu/organisatie dan vanuit meerdere individuen/organisaties.

Een verschil tussen nos.nl en rtlnieuws.nl dat wél significant is gebleken is te vinden bij de subcategorieën van de nieuwsfactor elite organisaties. In Tabel 13 is te zien dat zij evenveel artikelen publiceren over gebeurtenissen waarbij bedrijven betrokken zijn. Maar bij NOS wordt fors meer aandacht besteed aan gebeurtenissen over culturele evenementen en organisaties dan bij RTL Nieuws. Wederom kan dit verklaard worden door de hoge nieuwswaarde van sportnieuws bij NOS, aangezien sportorganisaties/-evenementen onder 'cultuur' zijn gerekend.

Die hoge nieuwswaarde van sportnieuws op nos.nl is ook terug te zien in de subcategorisering van de nieuwsfactor elite personen (Tabel 14). Daar heeft een nieuwsbericht het vaakst sporters als onderwerp, terwijl politici op de tweede plaats komen. Bij rtlnieuws.nl is deze verdeling precies andersom. De andere categorieën buiten beschouwing gelaten, is dit verschil significant. Het moge duidelijk zijn dat de websites van NOS en RTL Nieuws alleen verschillen wanneer sporters of sportorganisaties bij het nieuws betrokken zijn. Verder wijken zij niet van elkaar af wat betreft de subcategorieën van nieuwsfactoren.



**Tabel 10: Subcategorieën van nieuwsfactor proximity**

Subcategorie	Nos.nl		Rtlnieuws.nl	
	<i>n</i>	%	<i>n</i>	%
<i>Nederland</i>	104	66,2	72	69,2
<i>Europese landen</i>	32	20,4	15	14,4
<i>Niet-Europese landen (VS)</i>	21	13,4	17	16,3

$\chi^2 = 1,696$ ;  $df = 2$ ;  $p = 0,428$

**Tabel 11: Subcategorieën van nieuwsfactor reach**

Subcategorie	Nos.nl		Rtlnieuws.nl	
	<i>n</i>	%	<i>n</i>	%
<i>Lokaal niveau</i>	28	29,8	24	34,3
<i>Provinciaal niveau</i>	9	9,6	4	5,7
<i>Landelijk niveau</i>	39	41,5	29	41,4
<i>Continentaal niveau</i>	6	6,4	3	4,3
<i>Globaal niveau</i>	12	12,8	10	14,3

Mann-Whitney U-test.  $U = 3221,5$ ;  $Z\text{-score} = -0,241$ ;  $p = 0,810$

**Tabel 12: Subcategorieën van nieuwsfactor personification**

Subcategorie	Nos.nl		Rtlnieuws.nl	
	<i>n</i>	%	<i>n</i>	%
<i>Enkelvoudig perspectief</i>	53	55,2	34	63,0
<i>Meervoudig perspectief</i>	43	44,8	20	37,0

$\chi^2 = 0,853$ ;  $df = 1$ ;  $p = 0,356$

**Tabel 13: Subcategorieën van nieuwsfactor elite organisaties**

Subcategorie	Nos.nl		Rtlnieuws.nl	
	<i>n</i>	%	<i>n</i>	%
<i>Bedrijven</i>	17	37,8	9	39,1
<i>Culturele organisaties/evenementen</i>	16	35,6	2	8,7
<i>Overig</i>	12	26,7	12	52,2

$\chi^2 = 6,961$ ;  $df = 2$ ;  $p < 0,05$

**Tabel 14: Subcategorieën van nieuwsfactor elite personen**

Subcategorie	Nos.nl		Rtlnieuws.nl	
	<i>n</i>	%	<i>n</i>	%
<i>Politici*</i>	25	29,4	19	43,2
<i>Sporters*</i>	39	45,9	10	22,7
<i>Mensen uit de entertainmentindustrie</i>	4	4,7	4	9,1
<i>Leden van een koningshuis</i>	3	3,5	4	9,1
<i>Zakenmensen</i>	3	3,5	-	-
<i>Overig</i>	11	12,9	7	15,9

\* Vanwege de kleine aantallen bij de overige categorieën, zijn in de berekening van de significantie van het verschil tussen nos.nl en rtlnieuws.nl enkel deze categorieën meegenomen.  $Chi^2 = 5,603$ ;  $df = 1$ ;  $p < 0,05$ .

Reeds is vastgesteld hoe vaak elke nieuwsfactor aanwezig is in het nieuwsaanbod van nos.nl en rtlnieuws.nl. Maar hoeveel nieuwsfactoren moeten gebeurtenissen in totaal bevatten om nieuwswaardig te zijn en dus gepubliceerd te worden? Op zowel nos.nl als rtlnieuws.nl bezitten de gebeurtenissen waarover bericht wordt gemiddeld vijf nieuwsfactoren ( $\bar{X}$  nos.nl = 4,99;  $\bar{X}$  rtlnieuws.nl = 4,84). Uit Tabel 15 blijkt dat dit tevens het totaal aantal nieuwsfactoren is dat bij beide nieuwsmedia het vaakst voorkomt. Daarna hebben gebeurtenissen het vaakst vier nieuwsfactoren in totaal, gevolgd door een totaal van zes (nos.nl) of drie (rtlnieuws.nl). Voor NOS is het kleinste totaal aantal nieuwsfactoren twee en het grootste aantal tien; voor RTL Nieuws is dat één en elf. Nos.nl en rtlnieuws.nl vertonen zodoende grote overeenkomsten op dit punt, waardoor er geen significante verschillen tussen de websites zijn. Dit wordt ongetwijfeld deels veroorzaakt doordat van enkele gebeurtenissen door beide nieuwsmedia verslag is gedaan.

Eerder is naar voren gekomen dat op rtlnieuws.nl *public affairs* nieuws nieuwswaardiger is dan *nonpublic affairs* nieuws, alsook dat op beide nieuwssites binnenlands nieuws de hoogste nieuwswaarde heeft. Daarom zullen twee hypothesen worden opgesteld om het totaal aantal nieuwsfactoren per thematisch onderwerp en per geografisch onderwerp te onderzoeken. Hypothese 3 luidt dat er op rtlnieuws.nl een verschil is tussen het totaal aantal nieuwsfactoren van *public affairs* en *nonpublic affairs* nieuws. Hypothese 4 houdt in dat er op beide websites een verschil is tussen het totaal aantal nieuwsfactoren van binnenlands nieuws enerzijds en van buitenlands/transnationaal nieuws anderzijds. Om deze hypothesen te toetsen wordt eerst per website gekeken naar het gemiddeld aantal nieuwsfactoren per categorie. Daarna wordt middels een Kruskal-Wallistoets berekend of er significante verschillen zijn.

In Tabel 16 zijn per website het gemiddeld aantal nieuwsfactoren per thematisch onderwerp en de gemiddelde rangordescores van de Kruskal-Wallistoets weergegeven. Te zien

is dat op nos.nl de *nonpublic affairs* categorieën het weer, verkeer, overige, en criminaliteit gemiddeld het hoogste aantal nieuwsfactoren bevatten. Opvallend is dat sportnieuws het laagste gemiddelde heeft, terwijl het een hoge nieuwswaarde bezit. Misschien is het zo dat het vanwege de grote belangstelling van NOS voor sport weinig nieuwsfactoren nodig heeft om nieuws te worden. De verschillen tussen de thema's zijn echter niet significant. Zoals verwacht is Hypothese 3 niet van toepassing op NOS.

Bij rtlnieuws.nl zijn de verschillen daarentegen wel significant. Het *nonpublic affairs* thema 'cultuur & entertainment' bedraagt het hoogste gemiddeld aantal nieuwsfactoren per gebeurtenis, gevolgd door de *public affairs* onderwerpen rampen en economie en de *nonpublic affairs* sectie verkeer. Het weer en technologie en wetenschap hebben het laagste gemiddelde. Uit de resultaten blijkt dat Hypothese 3 niet bevestigd kan worden. Doordat beide nieuwstypes twee keer voorkomen in de top vier, komt niet duidelijk naar voren dat het ene nieuwstype over de gehele linie een groter aantal nieuwsfactoren bevat dan het andere nieuwstype.

Hypothese 4 kan wel bevestigd worden. Uit Tabel 17 is af te leiden dat op zowel nos.nl als rtlnieuws.nl binnenlands nieuws gemiddeld het minste totaal aantal nieuwsfactoren bezit. De gemiddeldes van buitenlands nieuws en transnationaal nieuws liggen daarentegen veel hoger. Deze verschillen zijn significant. Uit een post hoc test voor verschillen tussen groepscombinaties blijkt dat op nos.nl het verschil tussen binnenlands en transnationaal nieuws significant is ( $p < 0,05$ ). Op rtlnieuws.nl wijken de groepen binnenlands en buitenlands nieuws significant van elkaar af ( $p = 0,001$ ). Hypothese 4 is dus correct. Dit betekent dat op beide websites binnenlands nieuws minder nieuwsfactoren nodig heeft om gepubliceerd te worden dan buitenlands of transnationaal nieuws. Een mogelijke verklaring voor dit verschil is dat binnenlands nieuws zich in Nederland afspeelt en dus dicht bij het publiek van NOS en RTL Nieuws staat. Daardoor zal het relevanter zijn dan gebeurtenissen die zich voordoen in het buitenland of die slechts gedeeltelijk betrekking hebben op Nederland. Dit kan er toe leiden dat binnenlands nieuws sneller nieuwswaardig is, ondanks een lager aantal nieuwsfactoren.

Naast de relatie tussen het totaal aantal nieuwsfactoren en het thematisch/geografisch onderwerp, is ook nog het totaal aantal nieuwsfactoren per publicatieplaats onderzocht. Er zou verwacht kunnen worden dat gebeurtenissen met de meeste nieuwsfactoren op de bovenste posities staan. Hoe hoger het totaal aantal nieuwsfactoren, hoe hoger de nieuwswaarde. En hoe hoger de nieuwswaarde, hoe groter de kans op een prominente plek op de startpagina.

**Tabel 15: Frequentieverdeling totaal aantal nieuwsfactoren per nieuwsbericht**

Aantal nieuwsfactoren	Nos.nl		Rtlnieuws.nl	
	<i>n</i>	%	<i>n</i>	%
1	-	-	2	1,6
2	4	2,0	2	1,6
3	30	15,3	21	16,7
4	44	22,4	29	23,0
5	53	27,0	39	31,0
6	32	16,3	18	14,3
7	20	10,2	4	3,2
8	10	5,1	7	5,6
9	2	1,0	3	2,4
10	1	0,5	-	-
11	-	-	1	0,8

Mann-Whitney U-test.  $U = 11534,5$ ;  $Z\text{-score} = -1,020$ ;  $p = 0,308$

**Tabel 16: Gemiddeldes en gemiddelde rangordescores (GROS) voor totaal aantal nieuwsfactoren per thematisch onderwerp**

Thema	Nos.nl*		Rtlnieuws.nl**	
	$\bar{X}$	GROS	$\bar{X}$	GROS
Politiek	4,79	91,11	4,67	61,98
Economie	5,13	104,87	5,50	76,06
Sociale kwesties	4,86	96,02	4,36	53,89
Rampen	5,00	100,98	5,73	82,70
Cultuur & entertainment	4,90	95,05	5,80	96,80
Criminaliteit	5,29	111,18	4,86	62,79
Sport	4,68	87,46	4,20	49,30
Technologie & wetenschap	4,86	94,00	4,00	44,50
Het weer	5,33	117,17	4,00	42,57
Verkeer	5,67	116,67	5,25	70,50
Overige	6,33	131,42	4,86	50,50

\* Kruskal-Wallisstoets  $\chi^2 = 8,573$ ;  $df = 10$ ;  $p = 0,573$

\*\* Kruskal-Wallisstoets  $\chi^2 = 19,672$ ;  $df = 10$ ;  $p < 0,05$

**Tabel 17: Gemiddeldes en gemiddelde rangordscores (GROS) voor totaal aantal nieuwsfactoren per geografisch onderwerp**

Geografie	Nos.nl*		Rtlnieuws.nl**	
	$\bar{X}$	GROS	$\bar{X}$	GROS
Binnenland	4,73	89,40	4,37	53,56
Buitenland	5,19	105,34	5,55	78,33
Transnationaal	6,08	135,85	5,43	76,79

\* Kruskall-Wallistoets  $Chi^2 = 9,912$ ;  $df = 2$ ;  $p < 0,01$

\*\* Kruskall-Wallistoets  $Chi^2 = 14,456$ ;  $df = 2$ ;  $p = 0,001$

**Tabel 18: Gemiddeldes en gemiddelde rangordscores (GROS) voor totaal aantal nieuwsfactoren per publicatieplaats**

Publicatieplaats	Nos.nl*		Rtlnieuws.nl**	
	$\bar{X}$	GROS	$\bar{X}$	GROS
1	5,79	127,71	5,00	66,54
2	5,64	127,14	4,79	66,18
3	4,86	95,61	5,36	74,19
4	4,71	87,11	4,29	50,04
5	4,36	76,86	4,36	52,29
6	4,79	89,39	5,57	75,57
7	6,14	136,57	5,50	76,04
8	4,79	93,71	3,93	44,29
9	5,14	103,04	4,79	65,79
10	3,86	58,18	-	-
11	5,07	100,14	-	-
12	4,86	92,79	-	-
13	4,57	82,96	-	-
14	5,36	107,79	-	-

\* Kruskall-Wallistoets  $Chi^2 = 26,497$ ;  $df = 13$ ;  $p < 0,05$

\*\* Kruskall-Wallistoets  $Chi^2 = 12,461$ ;  $df = 13$ ;  $p = 0,132$

Zoals in Tabel 18 te zien is, bevat op nos.nl plaats zeven gebeurtenissen met gemiddeld het hoogste aantal nieuwsfactoren. Daarna bedragen de twee bovenste posities het grootste totale aantal. Op plek tien staan gebeurtenissen met de minste nieuwsfactoren. Het hoge gemiddelde van plek zeven is opvallend, want dat is één van de twee middelste plekken op de startpagina. Het is dus niet zo'n prominente plaats, wat posities één en twee wel zijn. Dezelfde constatering kan gedaan worden voor plaats veertien. Dit is de laatste en minst belangrijke plek,

maar toch worden daar gebeurtenissen met een hoog gemiddeld aantal nieuwsfactoren gepubliceerd. Afgaande op de resultaten van de Kruskal-Wallis-toets zijn de verschillen tussen de publicatieplaatsen significant. Een post hoc test voor verschillen tussen groepscombinaties wijst uit dat enkel het verschil tussen plek tien en plek zeven significant is. Voor rtlnieuws.nl geldt dat publicatieplaatsen zeven, zes en drie gemiddeld de meeste nieuwsfactoren hebben, terwijl op plek acht gebeurtenissen worden gezet met het kleinste gemiddelde aantal nieuwsfactoren. Deze verschillen zijn nochtans niet significant.

Er kan dus niet worden besloten dat de hoogste publicatieplaatsen aanmerkelijk meer gebeurtenissen met een hoog aantal nieuwsfactoren omvatten dan lagere posities. Het is gissen naar de reden waarom gebeurtenissen met de meeste nieuwsfactoren op beide nieuwssites verspreid zijn over de startpagina. Misschien bevatten de nieuwsberichten op de bovenste posities wel de meeste nieuwsfactoren, maar zitten daar factoren tussen die in dit onderzoek niet zijn meegeteld. Het kan ook zijn dat de nieuwsfactoren die gebeurtenissen op de bovenste plaatsen hebben relevanter worden gevonden dan andere factoren in andere gebeurtenissen. Nog een verklaring zou kunnen zijn dat de meest nieuwswaardige artikelen worden verspreid om zo de aandacht van het publiek over heel de startpagina vast te houden. Nogmaals, dit zijn slechts veronderstellingen en kunnen binnen het kader van dit onderzoek niet bewezen worden.

Tot slot is per nieuwsfactor gekeken welke combinaties het met andere nieuwsfactoren aangaat. De resultaten hiervan zijn te zien in Tabel 19 (nos.nl) en Tabel 20 (rtlnieuws.nl). De tabellen moeten van horizontaal naar verticaal worden gelezen. Bijvoorbeeld, als *proximity* aanwezig is (tweede rij van boven), dan is op nos.nl dertien procent van *curiosity* ook aanwezig (derde kolom van links).

Uit de tabellen kan worden afgeleid dat op nos.nl alle nieuwsfactoren en op rtlnieuws.nl bijna alle nieuwsfactoren het vaakst de combinatie aangaan met *proximity* en *facticity*. Zij hebben steevast de hoogste percentages. Op nos.nl scoort *proximity* bijvoorbeeld het hoogst bij elite personen (84%) en *personification* (81%), en op rtlnieuws.nl bij *elite locations* (96%) en *national involvement* (83%). *Facticity* komt op de website van NOS het vaakst voor bij onder andere *unexpectedness* (93%) en *reach* (93%). Bij RTL Nieuws is dat bij factoren als *damage* (95%), *reach* (93%) en *unexpectedness* (92%). De hoge scores van *proximity* en *facticity* zijn niet onlogisch, aangezien deze nieuwsfactoren het meest aanwezig zijn in de nieuwselectie van beide websites. Hetzelfde geldt voor *reach* en *personification*, die daarna bij een meerderheid van de nieuwsfactoren de meest voorkomende combinatie zijn.

Wanneer er dan gekeken wordt naar andere combinaties van nieuwsfactoren die relatief hoog scoren, zijn er enkele verschillen op te merken tussen nos.nl en rtlnieuws.nl. Zo scoort de

combinatie met elite personen beter op nos.nl (7x) dan op rtlnieuws.nl (2x).<sup>71</sup> De omgekeerde situatie doet zich voor bij combinaties met *damage*. Op de website van RTL Nieuws komen deze twee keer zo vaak voor dan op die van NOS.<sup>72</sup> Daarnaast is de combinatie met *elite locations* bij NOS relatief veel aanwezig bij *sexuality* en *national involvement*, vooral in vergelijking met andere combinaties bij deze nieuwsfactoren. Bij rtlnieuws.nl is dit niet het geval. De combinatie met *unexpectedness* is wel weer een overeenkomst tussen beide nieuwsmedia. Dit komt op beide websites vier keer voor, waarvan in drie gevallen bij dezelfde nieuwsfactoren.<sup>73</sup>

Over het algemeen is het dus zo dat nieuwsfactoren met betrekking tot personen, landen, personificatie, meningen en gevoelens vaak samen gaan in nieuwsgebeurtenissen. Op zich is dat niet zo vreemd. Deze factoren slaan allemaal op zaken die te maken hebben met mensen. Bovendien is het waarschijnlijk makkelijk om van een betrokken persoon of (vertegenwoordiger van een) land een reactie te vragen om zo een gebeurtenis te personaliseren. Verder valt op dat het bereik van een gebeurtenis regelmatig gekoppeld is aan positieve of negatieve gevolgen. Dit is eveneens vrij logisch. Bereik betekent dat een gebeurtenis invloed heeft op personen en dus ook gevolgen heeft voor die personen.

Concluderend heeft de analyse uitgewezen dat circa twee derde van de artikelen op nos.nl en rtlnieuws.nl vier tot zes nieuwsfactoren in totaal bezitten. Er is geen duidelijk verschil tussen het gemiddeld aantal nieuwsfactoren van *public affairs* en *nonpublic affairs* nieuws. Bij NOS zijn wel significante verschillen gevonden voor het totaal aantal nieuwsfactoren per publicatieplaats. Vooral de bovenste twee posities, de middelste plaats en de onderste plek bevatten gebeurtenissen met veel nieuwsfactoren. Slechts een deel van de meest nieuwswaardige gebeurtenissen wordt dus op de meest prominente plaatsen van de startpagina gezet. Verder geldt voor beide nieuwsorganisaties dat internationaal nieuws in vergelijking met binnenlands nieuws over een groter aantal nieuwsfactoren lijkt te moeten beschikken om een even hoge nieuwswaarde te hebben. Daarnaast zijn nos.nl en rtlnieuws.nl vergelijkbaar in zoverre dat de vier meest aanwezige nieuwsfactoren in de nieuwsselectie ook de factoren zijn die het vaakst in combinatie met andere nieuwsfactoren voorkomen.

---

<sup>71</sup> Bij *proximity*, *controversy*, *personification*, *emotions*, *national involvement*, *elite locations* en *success* op nos.nl; bij *controversy* en *national involvement* op rtlnieuws.nl.

<sup>72</sup> Op rtlnieuws.nl bij *curiosity*, *sexuality*, *reach* en *elite locations*; op nos.nl bij *unexpectedness* en *reach*.

<sup>73</sup> Op nos.nl bij *aggression*, *reach*, *facticity* en *damage*. Op rtlnieuws.nl bij *reach*, *facticity*, *damage* en elite organisaties.

Tabel 19: Combinaties van nieuwsfactoren op nos.nl in percentages

Nieuwsfactoren	<i>Proximity</i>	<i>Curiosity</i>	<i>Aggression</i>	<i>Controversy</i>	<i>Elite personen</i>	<i>Unexpectedness</i>	<i>Personification</i>	<i>Emotions</i>	<i>Sexuality</i>	<i>National involvement</i>	<i>Reach</i>	<i>Elite locations</i>	<i>Facticity</i>	<i>Success</i>	<i>Damage</i>	<i>Elite organisaties</i>
<i>Proximity</i>	-	13	12	2	45	35	50	20	3	18	47	29	83	16	23	23
<i>Curiosity</i>	77	-	8	0	31	23	62	19	4	12	50	31	89	15	23	12
<i>Aggression</i>	64	7	-	4	36	54	50	14	0	4	61	32	75	4	47	14
<i>Controversy</i>	75	0	25	-	75	0	50	0	0	25	50	25	50	0	0	50
<i>Elite personen</i>	84	9	12	4	-	24	52	24	2	24	17	27	71	15	18	20
<i>Unexpectedness</i>	75	8	21	0	27	-	43	18	1	7	62	26	93	14	44	25
<i>Personification</i>	81	17	15	2	46	32	-	32	2	13	46	20	73	9	30	23
<i>Emotions</i>	82	13	11	0	53	34	82	-	5	18	47	32	68	11	26	16
<i>Sexuality</i>	100	25	0	0	50	25	50	50	-	25	75	75	100	0	25	50
<i>National involvement</i>	88	9	3	3	62	16	38	22	3	-	28	47	88	19	9	56
<i>Reach</i>	78	14	18	2	15	48	47	19	3	10	-	22	93	14	43	23
<i>Elite locations</i>	92	16	18	2	47	39	41	25	6	31	43	-	92	8	39	33
<i>Facticity</i>	80	14	13	1	37	42	43	16	3	17	53	28	-	17	31	23
<i>Success</i>	86	14	3	0	45	35	31	14	0	21	45	14	97	-	10	17
<i>Damage</i>	64	11	23	0	27	57	52	18	2	5	71	34	91	5	-	20
<i>Elite organisaties</i>	80	7	9	4	38	40	49	13	4	40	49	36	84	11	24	-



Tabel 20: Combinaties van nieuwsfactoren op rtlnieuws.nl in percentages

Nieuwsfactoren	<i>Proximity</i>	<i>Curiosity</i>	<i>Aggression</i>	<i>Controversy</i>	<i>Elite personen</i>	<i>Unexpectedness</i>	<i>Personification</i>	<i>Emotions</i>	<i>Sexuality</i>	<i>National involvement</i>	<i>Reach</i>	<i>Elite locations</i>	<i>Facticity</i>	<i>Success</i>	<i>Damage</i>	<i>Elite organisaties</i>
<i>Proximity</i>	-	10	18	10	35	39	42	13	3	10	55	26	83	13	29	12
<i>Curiosity</i>	100	-	10	10	20	30	40	0	10	10	60	30	100	0	40	20
<i>Aggression</i>	73	4	-	12	46	27	81	31	8	4	46	46	77	8	42	23
<i>Controversy</i>	100	10	30	-	60	30	60	0	10	0	10	30	70	0	10	10
<i>Elite personen</i>	82	5	27	14	-	25	46	14	0	14	18	25	61	14	7	18
<i>Unexpectedness</i>	84	6	14	6	22	-	45	16	4	0	59	20	92	8	39	25
<i>Personification</i>	82	7	39	11	37	41	-	28	4	6	54	26	82	9	33	24
<i>Emotions</i>	72	0	44	0	33	44	83	-	6	6	56	33	78	17	39	22
<i>Sexuality</i>	100	33	67	33	0	67	67	33	-	0	33	67	100	0	100	33
<i>National involvement</i>	83	8	8	0	50	0	25	8	0	-	42	33	67	33	17	33
<i>Reach</i>	81	9	17	1	11	41	41	14	1	7	-	24	93	14	40	20
<i>Elite locations</i>	96	11	43	11	39	36	50	21	7	14	61	-	86	4	46	29
<i>Facticity</i>	84	10	19	7	26	44	43	14	3	8	63	23	-	15	35	18
<i>Success</i>	72	0	11	0	33	22	28	17	0	22	56	6	83	-	11	17
<i>Damage</i>	79	11	29	3	8	50	47	18	8	5	74	34	95	5	-	24
<i>Elite organisaties</i>	52	9	26	4	35	52	57	17	4	17	61	35	83	13	39	-

## 5. Conclusie

In dit onderzoek stond de vraag centraal welk soort online nieuws door Nederlandse televisienieuwsmedia als nieuwswaardig wordt beschouwd. In het antwoord op deze vraag zijn er weinig verschillen tussen NOS en RTL Nieuws. De paar verschillen die er zijn kunnen allemaal verklaard worden door de interesse van NOS in sportnieuws. Zowel nos.nl als rtlnieuws.nl publiceren meer binnenlands nieuws dan internationaal nieuws. Voor hen is binnenlands nieuws dus het meest nieuwswaardig. Rtlnieuws.nl plaatst ook meer nieuws over *public affairs* dan over *nonpublic affairs*. Bovendien wordt op de meest prominente plekken op de startpagina bijna alleen maar *public affairs* nieuws gezet. RTL Nieuws dicht *public affairs* daarom de hoogste nieuwswaarde toe. Op nos.nl krijgen *public affairs* en *nonpublic affairs* daarentegen evenveel aandacht en hebben daardoor dezelfde nieuwswaarden. De hoge nieuwswaarde van *nonpublic affairs* komt echter voort uit de grote belangstelling voor sportnieuws. Toch is op de bovenste publicatieplaatsen hoofdzakelijk *public affairs* nieuws terug te vinden. Daardoor is *public affairs* nieuws op dit punt wel het meest nieuwswaardig voor NOS. Desondanks zijn er op beide nieuwssites geen verschillen tussen deze nieuwstypes wat betreft de aandacht die aan de constructie van de artikelen wordt gependeed. Kijkend naar het aantal woorden, media en hyperlinks in artikelen zijn *nonpublic affairs* en *public affairs* gelijk aan elkaar.

Gemiddeld bezit een gebeurtenis op zowel nos.nl als rtlnieuws.nl vijf nieuwsfactoren. De nieuwsfactoren *facticity*, *proximity*, *reach* en *personification* zijn het vaakst aanwezig op beide websites en dragen het meeste bij aan de nieuwswaarde van een gebeurtenis. Factoren als *national involvement*, elite personen en *elite locations* komen daarentegen veel minder voor dan was verwacht. Bij Nederlandse televisienieuwsorganisaties lijken zij minder invloedrijk te zijn in de nieuwsselectie. Wel is het zo dat op nos.nl *national involvement* en elite personen, evenals *curiosity*, vooral belangrijk zijn voor de nieuwswaarde van *nonpublic affairs*. Bij *public affairs* is dat het geval voor de nieuwsfactor *reach*. Op de website van RTL Nieuws is enkel *sexuality* van grotere betekenis voor de nieuwswaarde van *nonpublic affairs*. Verder bevat binnenlands nieuws op beide nieuwssites gemiddeld minder nieuwsfactoren dan internationaal nieuws, terwijl daar meer over bericht wordt. Dit wijst er op dat buitenlands nieuws over een hogere nieuwswaarde moet beschikken om gepubliceerd te worden dan binnenlands nieuws.

Concluderend blijkt dat op rtlnieuws.nl *public affairs* nieuws de voorkeur heeft boven *nonpublic affairs* nieuws. Op nos.nl zijn deze twee nieuwstypes even belangrijk. Verder is binnenlands nieuws sneller nieuwswaardig dan internationaal nieuws. De bevindingen voor rtlnieuws.nl zijn in overeenstemming met eerdere onderzoeken naar Europese nieuwssites,

maar die voor nos.nl niet.<sup>74</sup> Bovendien is met dit onderzoek duidelijker geworden welke aspecten bijdragen aan de nieuwswaardes van *public affairs* en *nonpublic affairs*.

Sportnieuws buiten beschouwing gelaten, verschillen nos.nl en rtlnieuws.nl uiteindelijk niet al te zeer van elkaar. Overwegend vinden zij hetzelfde nieuws nieuwswaardig en om dezelfde redenen. Dit betekent dat zij grotendeels dezelfde onderwerpen op de voorgrond plaatsen en het publiek over dezelfde zaken laat nadenken en belangrijk laat vinden. Daarnaast maakt het voor het nieuwspubliek eigenlijk niet uit welke website het gebruikt om in de nieuwsbehoefte te voorzien. Alleen als het specifiek geïnteresseerd is in sportnieuws kan het zich beter tot nos.nl wenden.

Uiteraard heeft dit onderzoek ook beperkingen. Zo zou een grotere steekproef voor rtlnieuws.nl beter zijn geweest. Nu had de totale steekproef een redelijke omvang, maar wanneer deze in tweeën werd gesplitst werd de steekproef van rtlnieuws.nl vrij klein. Hierdoor voldeed de steekproef soms niet aan de voorwaarden voor het uitvoeren van bepaalde testen in SPSS. Dit had als gevolg dat bij sommige variabelen categorieën samengevoegd moesten worden waardoor minder specifieke uitspraken over de data gedaan konden worden.

Daarnaast was het bij sommige nieuwsfactoren lastig te bepalen of deze wel of niet aanwezig waren, ondanks duidelijke instructies in het codeboek. Een voorbeeld is *unexpectedness*. Onder andere bij sportuitslagen en delen van de wereld waar onrust heerst kon de vraag worden gesteld in hoeverre dit écht een onverwachte gebeurtenis of verrassende wending was. De uitslag van een sportwedstrijd staat nooit vast, maar het is zeker dat één partij zal overwinnen. In hoeverre is de uitslag dan onverwacht? En in hoeverre is een bomaanslag in een land waar recentelijk al meerdere bomaanslagen zijn geweest nog onverwacht? Dit zijn lastige vragen en compliceerden het codeerproces aanzienlijk.

Verder bleek tijdens het codeerproces dat er geregeld artikelen worden gepubliceerd die niet berichten over een nieuwe gebeurtenis, maar juist een nieuw stukje informatie leveren over een gebeurtenis die al heeft plaatsgevonden. Zo zijn in de dagen na een moordaanslag op een Amerikaanse school meerdere artikelen geplaatst met nieuwe informatie over deze gebeurtenis. De toevoeging van nieuwe informatie aan de bestaande kennis van het publiek over een gebeurtenis zou daarom als nieuwe 'nieuwsfactor' beschouwd kunnen worden.

Aangezien dat aspect in dit onderzoek niet is meegenomen, zou het aanbevolen zijn om in een volgend onderzoek dit verschijnsel te analyseren. Daarnaast is een grotere steekproef wenselijk om minder problemen tegen te komen bij het uitvoeren van rekenkundige toetsen. Dit zou bereikt kunnen worden door een langere periode van dataverzameling te realiseren. Dit heeft ook als voordeel dat in kaart kan worden gebracht of het nieuwsaanbod over een langere periode hetzelfde blijft of varieert. Tot slot zou het interessant zijn om het online nieuwsaanbod

---

<sup>74</sup> Boczkowski, Mitchelstein, en Walter; Wendelin, Engelmann, en Neubarth.

van nationale en regionale/lokale televisienieuwsmedia tegenover elkaar te zetten. Regionale en lokale organisaties hebben doorgaans een kleiner publiek en zijn gericht op het nieuws in één provincie of gemeente. Daardoor kan worden afgevraagd of er ten opzichte van nationale organisaties ander nieuws en andere nieuwsfactoren prominenter aanwezig zijn in hun online nieuwsselectie. Dit kan inzicht bieden in de onderwerpen die door regionale/lokale televisienieuwsmedia online op de publieke agenda worden gezet alsook in de manier waarop zij zich op het internet van hun nationale tegenhangers proberen te onderscheiden.

## 6. Bibliografie

- Althaus, Scott L., en David Tewksbury. "Agenda Setting and the "New" News: Patterns of Issue Importance Among Readers of the Paper and Online Versions of the New York Times." *Communication Research* 29 (2002): 180-207.
- Bell, Allan. *The Language of News Media*. Oxford: Blackwell, 1991.
- Bednarek, Monika, en Helen Caple. *News Discourse*. Londen: Continuum, 2012.
- Boczkowski, Pablo J., Eugenia Mitchelstein, en Martin Walter. "Convergence Across Divergence: Understanding the Gap in the Online News Choices of Journalists and Consumers in Western Europe and Latin America." *Communication Research* 38 (2011): 376-396.
- Boczkowski, Pablo J., en Limor Peer. "The Choice Gap: The Divergent Online News Preferences of Journalists and Consumers." *Journal of Communication* 61 (2011): 857-876.
- Brighton, Paul, en Dennis Foy. *News Values*. Los Angeles: Sage, 2007. PDF e-book.
- Caple, Helen, en Monika Bednarek. "Rethinking News Values: What a Discursive Approach Can Tell Us About the Construction of News Discourse and News Photography." *Journalism*: 1-22. Online gepubliceerd op 2 februari 2015.  
<http://jou.sagepub.com.proxy.library.uu.nl/content/early/2015/02/02/1464884914568078.full.pdf+html>.
- Centraal Bureau voor de Statistiek. "ICT Gebruik van Personen Naar Persoonskenmerken." Geraadpleegd op 7 november 2015.  
<http://statline.cbs.nl/StatWeb/publication/?VW=T&DM=SLNL&PA=71098NED&D1=a&D2=a&D3=l&HD=140522-1350&HDR=G2,G1&STB=T>.
- Cotter, Colleen. *News Talk: Investigating the Language of Journalism*. Cambridge: Cambridge University Press, 2010.
- Deuze, Mark, en Christina Dimoudi. "Online Journalists in the Netherlands: Towards a Profile of a New Profession." *Journalism* 3 (2002): 85-100.
- Deuze, Mark, en Daphna Yeshua. "Online Journalists Face New Ethical Dilemmas: Lessons From The Netherlands." *Journal of Mass Media Ethics* 16 (2001): 273-292.
- Donsbach, Wolfgang. "Psychology of News Decisions: Factors Behind Journalists' Professional Behavior." *Journalism* 5 (2004): 131-157.
- Eilders, Christiane. "News Factors and News Decisions: Theoretical and Methodological Advances in Germany." *Communications* 31 (2006): 5-24.
- Galtung, Johan, en Mari Holmboe Ruge. "The Structure of Foreign News: The Presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crises in Four Norwegian Newspapers." *Journal of Peace Research* 2 (1965): 64-91.

- Hall, Stuart. "The Structured Communication of Events." In *Society and the Social Sciences: An Introduction*, geredigeerd door David Potter, 269-289. New York: Routledge, 1989.
- Harcup, Tony, en Deirdre O'Neill. "What is News? Galtung and Ruge Revisited." *Journalism Studies* 2 (2001): 261-280.
- Hendriks Vettehen, Paul, Johannes Beentjes, Koos Nuijten, en Allerd Peeters. "Arousing News Characteristics in Dutch Television News 1990–2004: An Exploration of Competitive Strategies." *Mass Communication & Society* 14 (2010): 93-112.
- Hille, Sanne, en Piet Bakker. "Engaging the Social News User: Comments On News Sites and Facebook." *Journalism Practice* 8 (2014): 563-572.
- Karlsson, Michael, en Jesper Strömbäck. "Freezing the Flow of Online News: Exploring Approaches to the Study of the Liquidity of Online News." *Journalism Studies* 11 (2010): 2-19.
- Kepplinger, Hans Mathias, en Simone Christine Ehmig. "Predicting News Decisions: An Empirical Test of the Two-Component Theory of News Selection." *Communications* 31 (2006): 25-43.
- Kheirabadi, Reza, en Ferdows Aghagolzadeh. "A Discursive Review of Galtung and Ruge's News Factors in Iranian Newspapers." *Theory and Practice in Language Studies* 2 (2012): 989-994.
- Krippendorff, Klaus. *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. 2<sup>e</sup> editie. Thousand Oaks: Sage, 2004.
- Lin, Carolyn, Michael B. Salwen, Bruce Garrison, en Paul D. Driscoll. "Online News as a Functional Substitute for Offline News." In *Online News and the Public*, geredigeerd door Michael B. Salwen, Bruce Garrison, en Paul D. Driscoll, 237-255. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 2005.
- Maier, Scott. "All the News Fit to Post? Comparing News Content on the Web to Newspaper, Television, and Radio." *Journalism & Mass Communication Quarterly* 87 (2010): 548-562.
- McQuail, Denis. *McQuail's Mass Communication Theory*. 6<sup>e</sup> editie. Los Angeles: Sage, 2010.
- Neuendorf, Kimberly A. *The Content Analysis Guidebook*. Thousand Oaks: Sage, 2002.
- O'Neill, Deirdre, en Tony Harcup. "News Values and Selectivity." In *The Handbook of Journalism Studies*, geredigeerd door Karin Wahl-Jorgensen en Thomas Hanitzsch, 161-174. New York: Routledge, 2009. PDF e-book.
- Riffe, Daniel, Stephen Lacy, en Frederick Fico. *Analyzing Media Messages: Using Quantitative Content Analysis in Research*. 3<sup>e</sup> editie. New York: Routledge, 2014.
- Sjøvaag, Helle, Hallvard Moe, en Eirik Stavelin. "Public Service News on the Web: A Large-Scale Content Analysis of the Norwegian Broadcasting Corporation's Online News." *Journalism Studies* 13 (2012): 90-106.

- Sjøvaag, Helle, en Eirik Stavelin. "Web Media and the Quantitative Content Analysis: Methodological Challenges in Measuring Online News Content." *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies* 18 (2012): 215-229.
- Startpagina van NOS. Geraadpleegd op 25 september 2015. <http://nos.nl/>.
- Startpagina van RTL Nieuws. Geraadpleegd op 25 september 2015. <http://www.rtlnieuws.nl/>.
- Strömbäck, Jesper, Michael Karlsson, en David Nicolas Hopmann. "Determinants of News Content: Comparing Journalists' Perceptions of the Normative and Actual Impact of Different Event Properties When Deciding What's News." *Journalism Studies* 13 (2012): 718-728.
- Trilling, Damian, en Klaus Schoenbach. "Skipping Current Affairs: The Non-Users of Online and Offline News." *European Journal of Communication* 28 (2013): 35-51.
- Trilling, Damian, en Klaus Schoenbach. "Investigating People's News Diets: How Online Users Use Offline News." *Communications* 40 (2015): 67-91.
- VINEX. "2014." Geraadpleegd op 24 augustus 2015. <http://www.vinex.nl/resultaten/archief/2014/>.
- Vu, Hong Tien, Lei Guo, en Maxwell E. McCombs. "Exploring "the World Outside and the Pictures in Our Heads": A Network Agenda-Setting Study." *Journalism & Mass Communication Quarterly* 91 (2014): 669-686.
- Waal, Ester de, en Klaus Schoenbach. "News Sites' Position in the Mediascape: Uses, Evaluations and Media Displacement Effects Over Time." *New Media & Society* 12 (2010): 477-496.
- Weare, Christopher, en Wan-Ying Lin. "Content Analysis of the World Wide Web: Opportunities and Challenges." *Social Science Computer Review* 18 (2000): 272-292.
- Weaver, David, Maxwell McCombs, en Donald L. Shaw. "Agenda-Setting Research: Issues, Attributes, and Influences." In *Handbook of Political Communication Research*, geredigeerd door Lynda Lee Kaid, 257-282. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 2004.
- Wendelin, Manuel, Ines Engelmann, en Julia Neubarth. "User Rankings and Journalistic News Selection: Comparing News Values and Topics." *Journalism Studies*: 1-19. Online gepubliceerd op 29 juli 2015. <http://www.tandfonline.com.proxy.library.uu.nl/doi/abs/10.1080/1461670X.2015.1040892#.VdxbOvntmko>.
- Wurff, Richard van der, en Klaus Schönbach. "Between Profession and Audience: Codes Of Conduct and Transparency as Quality Instruments For Off- and Online Journalism." *Journalism Studies* 12 (2011): 407-422.

## 7. Bijlage: Codeboek

### *Onderdeel 1 – Identificatie van artikel*

#### **Variabele 1: Titel artikel**

- Volledige titel van het artikel invoeren.
- Open entry veld

#### **Variabele 2: Naam nieuwsorganisatie**

- Naam van de nieuwsorganisatie die het artikel geplaatst heeft.
- Nominale variabele
- Codes → 1 = nos.nl; 2 = rtlnieuws.nl

#### **Variabele 3: Dag van publicatie**

- De dag waarop het nieuwsbericht gepubliceerd is.
- 3a: kalenderdatum waarop het artikel gepubliceerd is (voorbeeld: 21 september 2015)
  - Open entry veld
- 3b: dag van de week waarop het artikel gepubliceerd is (nominale variabele)
  - Codes → 1 = maandag; 2 = dinsdag; 3 = woensdag; 4 = donderdag; 5 = vrijdag; 6 = zaterdag; 7 = zondag

#### **Variabele 4: Tijd van publicatie**

- Het exacte tijdstip waarop het nieuwsbericht op de website gepubliceerd is. Wanneer een nieuwsbericht reeds is gepubliceerd, maar daarna nog is aangepast (en dat duidelijk is aangegeven in het nieuwsbericht), wordt het eerste publicatiemoment gecodeerd. Dat is namelijk het moment dat de gebeurtenis als nieuws werd gepubliceerd. Bovendien kan een aanpassing inhouden dat er enkel een foto of video is toegevoegd, het artikel wat is uitgebreid, of grammaticale fouten eruit zijn gehaald.
- Open entry veld

#### **Variabele 5: Plaats van publicatie**

- De plek die het artikel op de startpagina van de website heeft gekregen. Bijvoorbeeld links of rechts bovenaan, of in het midden.
- Scale variabele



- Nummern van boven naar beneden en van rechts naar links. Voorbeeld: een artikel links bovenaan de startpagina krijgt code 1, een artikel rechts bovenaan krijgt code 2, een artikel onder het artikel dat links bovenaan staat krijgt code 3, etc.. In totaal zijn er veertien codes bij deze variabele (omdat bij de NOS veertien artikelen worden geplaatst op de startpagina – en bij RTL Nieuws maar negen – en er dus veertien ‘posities’ zijn waarop een nieuwsbericht geplaatst kan worden).

#### **Variabele 6: Meetmoment**

- Invoeren in welk meetmoment het artikel is opgenomen.
- Nominale variabelen
- 6a: dag van de week waarop de meting is uitgevoerd
  - Codes → 1 = maandag; 2 = dinsdag; 3 = woensdag; 4 = donderdag; 5 = vrijdag; 6 = zaterdag; 7 = zondag
- 6b: tijdstip waarop de meting is uitgevoerd
  - Codes → 1 = 09.00 uur; 2 = 21.00 uur

### *Onderdeel 2 – Inhoud van het artikel*

#### **Variabele 7: Onderwerp artikel**

- De categorie waarin het onderwerp van het nieuwsbericht valt.
- Nominale variabelen
- 7a: aangeven of het nieuws over het binnenland, buitenland of transnationale zaken gaat. Met ‘*binnenland*’ wordt nieuws bedoeld dat over Nederland of over een Nederlander gaat (bijvoorbeeld een daling van de Nederlandse werkloosheid; sportprestaties van een Nederlandse sporter, ook al vindt de wedstrijd in het buitenland plaats); met ‘*buitenland*’ wordt nieuws bedoeld dat enkel over een ander(e) land(en) gaat (bijvoorbeeld het hacken van de telefoon van de Duitse bondskanselier Angela Merkel); met ‘*transnationaal nieuws*’ wordt nieuws bedoeld dat gaat over gebeurtenissen waarbij meerdere landen, waaronder Nederland, betrokken zijn (bijvoorbeeld Europese top over het zoeken naar een oplossing voor de Griekse schulden crisis).
  - Codes → 1 = binnenland; 2 = buitenland; 3 = transnationaal
- 7b: aangeven over welk thema het artikel gaat. Met ‘*politiek*’ worden gebeurtenissen bedoeld als Prinsjesdag, politieke debatten, nieuwe wetgevingen, verkiezingen, etc.. Ook nieuws over het leger en het koningshuis valt onder politiek nieuws, aangezien de Eerste

en Tweede Kamer daar beslissingen over nemen. Onder *'economie'* worden zaken als ontwikkelingen op de beurzen en in het bedrijfsleven verstaan, gebeurtenissen die betrekking hebben op de koopkracht en groei/krimp van de economie, etc.. *'Sociale zaken'* betreffen maatschappelijke problemen als een te groot drugsgebruik onder jongeren, ontwikkelingen in het onderwijs, handelingen van vakbonden, etc.. *'Sport'* heeft betrekking op wedstrijduitslagen uit alle denkbare sporten, dopingschandalen, analyses van wedstrijden (voorbeschouwingen, nabeschouwingen), transfers, blessureleed van sporters, etc.. Bij *'cultuur & entertainment'* wordt bedoeld op nieuws over onder andere culturele evenementen, gebeurtenissen in het leven van beroemdheden, fusies van entertainmentbedrijven, controverses rondom films of televisieprogramma's, etc.. Nieuws over musea en pretparken valt eveneens onder deze categorie. *'Criminaliteit'* gaat over allerlei soorten gepleegde misdrijven en strafrechtelijke veroordelingen van deze misdrijven. Voorbeelden zijn winkeldiefstallen, bedreigingen, seksueel misbruik, fraude, en moord. Nieuws over *'rampen'* heeft te maken met natuurrampen, verkeersongelukken, terroristische aanslagen, oorlogen, etc.. Nieuws over *'technologie & wetenschap'* gaat bijvoorbeeld over de ontwikkeling van nieuwe technologieën, bestrijding van ziektes, wetenschappelijke ontdekkingen, etc.. De categorie *'het weer'* betreft zaken als extreme weersomstandigheden, het breken van weerrecords, klimaatproblemen, bijzondere natuurverschijnselen, etc.. In de categorie *'verkeer'* valt nieuws dat bijvoorbeeld gaat over files, zaken rondom de toestand van de infrastructuur, oponthoud in het treinverkeer, etc. Met de categorie *'overige'* wordt al het nieuws bedoeld dat niet onder een van de bovenstaande categorieën geplaatst kan worden.

- Codes → 1 = politiek; 2 = economie; 3 = sociale zaken; 4 = sport; 5 = cultuur & entertainment; 6 = criminaliteit; 7 = rampen; 8 = technologie & wetenschap; 9 = het weer; 10 = verkeer; 11= overige.

### **Variabele 8: Lengte artikel**

- Het aantal woorden dat het artikel bevat. Twitter-berichten en ondertekeningen van foto's worden niet meegenomen in het woordenaantal. Tabellen en tekstvakken aan de zijkant die over de inhoud van het artikel gaan worden wel meegeteld.
- Ratio variabele
- Open entry veld

### **Variabele 9: Aantal foto's**

- De hoeveelheid foto's die het artikel bevat (één, twee, drie, etc.). Foto's in slideshows tellen als aparte foto's (een slideshow met vijf foto's telt dus als vijf foto's). Foto's van

Twitter-berichten worden niet meegeteld. Deze zijn onderdeel van het Twitter-bericht en het Twitter-bericht in zijn geheel geldt als een hyperlink.

- Ratio variabele
- Open entry veld

#### **Variabele 10: Aantal video's**

- De hoeveelheid videofragmenten die het artikel bevat (1, 2, 3, 4, etc.). Video's van Twitter-berichten worden niet meegeteld. Deze zijn onderdeel van het Twitter-bericht en het Twitter-bericht in zijn geheel geldt als een hyperlink. Youtube-filmpjes zijn wel als video's meegeteld. Als je er op klikt wordt je namelijk niet doorverwezen naar een andere pagina, maar wordt het in dezelfde webpagina afgespeeld.
- Ratio variabele
- Open entry veld

#### **Variabele 11: Aantal audiofragmenten**

- De hoeveelheid audiofragmenten die het artikel bevat (1, 2, 3, 4, etc.).
- Ratio variabele
- Open entry veld

#### **Variabele 12: Aantal hyperlinks**

- De hoeveelheid hyperlinks die het artikel bevat (1, 2, 3, 4, etc.). Het gaat hier om zowel hyperlinks naar andere artikelen binnen de eigen website (ofwel in de tekst van het artikel zelf, ofwel onderaan/bovenaan in de vorm van "zie ook..." en "meer op...") als om hyperlinks naar andere websites (hieronder vallen ook berichten van sociale media – met uitzondering van Youtube-filmpjes – die in de artikels zijn gezet).
- Ratio variabele
- Open entry veld

## Onderdeel 3 – Aanwezigheid nieuwsfactoren<sup>75</sup>

### Variabele 13: Proximity

- Het gaat hier om de vraag in hoeverre de plek waar een gebeurtenis plaatsvindt dichtbij de plaats is waar de nieuwsorganisatie zit. Het betreft hier zowel geografische, economische, politieke als culturele nabijheid. Met '*geografische nabijheid*' wordt de letterlijke fysieke nabijheid van een gebeurtenis bedoeld (bijvoorbeeld: Duitsland ligt dichtbij Nederland). 'Economische nabijheid' houdt in dat de plek waar een gebeurtenis zich afspeelt overeenkomsten vertoont betreffende het economische systeem (bijvoorbeeld dezelfde munteenheid, lid van de Europese Unie, etc.). 'Politieke nabijheid' doelt op grote overeenkomsten wat betreft het politieke systeem (opbouw van het parlement, beleid van de overheid, etc.). 'Culturele nabijheid' betreft overeenkomsten van culturele aspecten (zoals de gesproken taal, dezelfde feestdagen, etc.). De volgende landen worden als 'nabij' geacht: Nederland zelf; de Verenigde Staten (vanwege een gedeelde 'westerse' cultuur en lidmaatschap van de NAVO); landen die lid zijn van de Europese Unie (omdat die zij een gedeelde Europese wetgeving met Nederland hebben); landen die (voormalige) koloniën zijn (Indonesië, Suriname, en de Nederlandse Antillen); landen waarin een vorm van het Nederlands wordt gesproken (België/Vlaanderen, Zuid-Afrika); en niet-EU-landen die wél in Europa liggen zoals Noorwegen, Zwitserland, Turkije, etc. (vanwege hun geografische nabijheid).
- Nominale variabelen
- 13a: aanwezigheid van de nieuwsfactor *proximity*
  - Codes → 0 = afwezig; 1 = aanwezig
- 13b: aangeven over welk land of welke landen het nieuwsbericht gaat
  - Open entry veld

### Variabele 14: Curiosity

- Het gaat hier om het gegeven dat een nieuwsgebeurtenis op enige manier afwijkt van de normaal verwachte sociale realiteit. Voorbeelden: mensen met een bijzondere

---

<sup>75</sup> De definities van de nieuwsfactoren zijn gebaseerd op de definities die Wendelin, Engelmann en Neubarth in hun eigen analysemodel gebruiken. Bij sommige nieuwsfactoren heb ik echter enigszins een kleine aanpassing gemaakt zodat ik beter kon operationaliseren. Zo heb ik alle voorbeelden bij de definities zelf bedacht, alsook de subcategorieën van de nieuwsfactoren (onderdeel 'b' van de variabelen). Manuel Wendelin, Ines Engelmann, en Julia Neubarth, "User Rankings and Journalistic News Selection: Comparing News Values and Topics," *Journalism Studies*: 1-19, 8, online gepubliceerd op 29 juli 2015, <http://www.tandfonline.com.proxy.library.uu.nl/doi/abs/10.1080/1461670X.2015.1040892#.VdxbOvntmko>.

lichamelijke afwijking; een vrouw die een achtling baart; reuzenpanda's die in gevangenschap meerlingen baren; etc..

- Nominale variabelen
- 14a: aanwezigheid van nieuwsfactor *curiosity*
  - Codes → 0 = afwezig; 1 = aanwezig
- 14b: aangeven of de situatie gaat over mensen of dieren. Met '*mens & maatschappij*' worden merkwaardige situaties bedoeld die betrekking hebben op individuele mensen (een vrouw die een achtling baart) of de maatschappij als een geheel (een Nederlandse sportclub die in een buitenlandse competitie meespeelt in plaats van in de binnenlandse competitie). Onder de categorie '*natuur*' vallen alle merkwaardige gebeurtenissen over natuurverschijnselen, dieren, en flora (bijvoorbeeld een superbloedmaan).
  - Codes → 1 = mens & maatschappij; 2 = natuur

### **Variabele 15: Aggression**

- Hier gaat het om gebeurtenissen die een vorm van agressie bevatten. Gedacht kan worden aan verbale agressie (negatieve kritiek, schelden, bedreigingen, verbaal pesten), maar ook aan fysieke agressie (mishandeling, verkrachting, moord, aanslagen, oorlog).
- Nominale variabelen
- 15a: aanwezigheid van nieuwsfactor *aggression*
  - Codes → 0 = afwezig; 1 = aanwezig
- 15b: aangeven of het gaat om verbaal geweld of fysiek geweld
  - Codes → 1 = verbale agressie; 2 = fysieke agressie; 3 = verbale & fysieke agressie

### **Variabele 16: Controversy**

- Het gaat hier om het uiten of hebben van meningen die afwijken van meningen die iemand of een samenleving eerder had/die de norm zijn/die door officials worden uitgedragen. Deze afwijkende meningen moeten geuit zijn in een nieuwsgebeurtenis. Voorbeeld: toen er voor het eerst kritiek werd geleverd op de figuur van Zwarte Piet, terwijl veel Nederlanders dat niet als een negatief figuur zien.
- Nominale variabelen
- 16a: aanwezigheid van nieuwsfactor *controversy*
  - Codes → 0 = afwezig; 1 = aanwezig
- 16b: aangeven door wat voor soort persoon de uitspraak wordt gedaan. Onder '*politici*' worden personen als Tweede en Eerste Kamerleden, partijvoorzitters, ministers, staatssecretarissen, en (minister-)presidenten verstaan. '*Sporters*' omvat niet alleen de sporters zelf, maar ook hun trainers, clubs en andere staf. '*Mensen uit de*

*entertainmentindustrie*' betreft personen die bekend zijn van televisie, films, radio, printmedia, etc.. '*Leden van het koninklijk huis*' doelt op personen die van koninklijke bloede zijn. Met '*zakenmensen*' worden personen bedoeld die hoge posities bekleden in het bedrijfsleven en daardoor invloedrijk kunnen zijn. Het '*gewone volk*' betekent mensen uit de samenleving die geen bijzondere of invloedrijke positie hebben, maar een doorsnee burger zijn. De categorie '*overig*' behelst alle personen die niet in één van bovenstaande categorieën passen (bekende criminelen, religieuze functionarissen, etc.).

- Codes → 1 = politici; 2 = sporters; 3 = mensen uit de entertainmentindustrie; 4 = leden van een koningshuis; 5 = zakenmensen; 6 = het 'gewone volk'; 7 = overig

### **Variabele 17: Prominence/Elite personen**

- Het gaat hier om de betrokkenheid of het verschijnen van een bekend persoon in een nieuwsgebeurtenis. De gebeurtenis moet over de persoon in kwestie gaan! Het telt niet als een nieuwsbericht gaat over een bepaalde gebeurtenis en bekende personen enkel genoemd worden omdat ze bijvoorbeeld een reactie geven op die gebeurtenis. Uitzondering is wanneer het nieuwsbericht zelf in het teken staat van de reactie van de bekende persoon. Voorbeelden zijn: bekende sporters als Epke Zonderland, Dafne Schippers, en Lionel Messi; prominente politici als Mark Rutte en Angela Merkel; beroemdheden uit de entertainmentindustrie als Linda de Mol, Brad Pitt, Carice van Houten, etc.; bekende personen uit het zakenleven als Steve Jobs en Mark Zuckerberg; leden van het koninklijk huis als Willem-Alexander en Beatrix; etc.
- Nominale variabelen
- 17a: aanwezigheid van nieuwsfactor elite personen
  - Codes → 0 = afwezig; 1 = aanwezig
- 17b: aangeven om wat voor elite personen het gaat. Onder '*politici*' worden personen als Tweede en Eerste Kamerleden, partijvoorzitters, ministers, staatssecretarissen, politieke partijen en (minister-)presidenten verstaan. '*Sporters*' omvat niet alleen de sporters zelf, maar ook hun trainers, clubs en andere staf. '*Mensen uit de entertainmentindustrie*' betreft personen die bekend zijn van televisie, films, radio, printmedia, etc.. '*Leden van het koninklijk huis*' doelt op personen die van koninklijke bloede zijn. Met '*zakenmensen*' worden personen bedoeld die hoge posities bekleden in het bedrijfsleven en daardoor invloedrijk kunnen zijn. '*Overig*' slaat op alle personen die niet in één van bovenstaande categorieën thuis horen (zoals bekende criminelen, religieuze functionarissen).
  - Codes → 1 = politici; 2 = sporters; 3 = mensen uit de entertainmentindustrie; 4 = leden van koningshuizen; 5 = zakenmensen; 6 = overig

### Variabele 18: Unexpectedness

- Hier gaat het om twee verschillende dingen. Het kan betrekking hebben op ofwel een nieuwe gebeurtenis die compleet onverwacht komt (bijvoorbeeld de tsunami in Azië in 2004) ofwel een verrassende ontwikkeling in een reeds bekende nieuwsgebeurtenis (bijvoorbeeld Duitsland die opeens de grenzen sluit voor de vluchtelingen terwijl de grenzen eerder wijd open stonden).
- Nominale variabelen
- 18a: aanwezigheid van nieuwsfactor *unexpectedness*
  - Codes → 0 = afwezig; 1 = aanwezig
- 18b: aangeven of het een nieuwe onverwachte gebeurtenis is, of een verrassende ontwikkeling in een reeds bekende gebeurtenis. Onder een '*nieuwe onverwachte gebeurtenis*' wordt een gebeurtenis verstaan die niemand had zien aankomen, zoals een natuurramp of een moord op een beroemdheid. Met een '*verrassende ontwikkeling in een reeds bekende gebeurtenis*' wordt een gebeurtenis bedoeld die te plaatsten is in een langere reeks van opeenvolgende gebeurtenissen die allemaal betrekking hebben op dezelfde problematiek (bijvoorbeeld het escaleren van de Griekse schulden crisis), maar die als een verrassing komt in relatie tot de reeds plaatsgevonden gebeurtenissen (bijvoorbeeld het Nederlands voetbalelftal dat zich altijd heeft weten te kwalificeren voor eindtoernooien maar zich nu niet dreigt te kwalificeren).
  - Codes → 1 = onverwachte nieuwe gebeurtenis; 2 = verrassende ontwikkeling in een reeds bekende gebeurtenis

### Variabele 19: Personification

- Hiermee wordt bedoeld dat de nieuwsgebeurtenis gepersonaliseerd kan worden, dus dat abstracte gebeurtenissen of omvangrijke problematieken persoonlijk gemaakt kunnen worden doordat het verteld wordt vanuit het oogpunt van betrokken personen. Een voorbeeld is een artikel dat over de vluchtelingen crisis bericht door over de ervaringen van een daadwerkelijke vluchteling te vertellen. Reacties op gebeurtenissen van al dan niet bekende personen of organisaties (gewoon als tekst in het artikel verwerkt en in de vorm van Twitter-berichten), analyses van experts, en verklaringen en reacties van betrokkenen/getuigen tellen ook als personificatie. Op deze manier wordt er immers ook een persoonlijke draai aan een nieuwsbericht gegeven.
- Nominale variabelen
- 19a: aanwezigheid van nieuwsfactor *personification*
  - Codes → 0 = afwezig; 1 = aanwezig

- 19b: aangeven of de gebeurtenis vanuit een enkelvoudig of meervoudig perspectief wordt verteld. Met '*enkelvoudig perspectief*' wordt bedoeld dat in het nieuwsbericht de gebeurtenis wordt gepersonaliseerd vanuit het standpunt/de ervaringen van slechts één persoon '*Meervoudig perspectief*' slaat op het gegeven dat de gebeurtenis gepersonaliseerd wordt vanuit het standpunt/de ervaringen van meerdere personen.
  - Codes → 1= enkelvoudig perspectief; 2 = meervoudig perspectief

### **Variabele 20: Emotions**

- Hier draait het om de expliciete (!) benoeming van sterke emoties die geassocieerd worden met een gebeurtenis, bijvoorbeeld dat er gezegd wordt dat mensen zich zeer gelukkig of intens verdrietig voelen. Emoties afleiden uit het artikel zonder dat ze expliciet benoemd mag niet gerekend worden als aanwezigheid van emoties.
- Nominale variabelen
- 20a: aanwezigheid van nieuwsfactor *emotions*
  - Codes → 0 = afwezig; 1 = aanwezig
- 20b: aangeven over welke emoties bericht wordt. De onderstaande emoties zijn gekozen omdat dit als de zes universele emoties worden beschouwd (emoties die ieder mens op de wereld bezit). De categorie '*overig*' is toegevoegd voor nieuwsberichten die andere emoties bevatten dan deze zes.
  - Codes → 1 = blijdschap; 2 = verdriet; 3 = angst; 4 = woede; 5 = afgunst; 6 = verbazing; 7 = overig

### **Variabele 21: Sexuality**

- Het gaat hier om een gebeurtenis die toespelingen bevat op seksualiteit/seksueel gedrag. Gedacht kan worden aan gebeurtenissen betreffende prostitutie, seksueel misbruik, seksuele escapades van elite personen, etc..
- Nominale variabelen
- 21a: aanwezigheid van nieuwsfactor *sexuality*
  - Codes → 0 = afwezig; 1 = aanwezig
- 21b: aangeven of de gebeurtenissen met betrekking tot seksualiteit positief of negatief zijn. Met '*positief*' wordt hier bedoeld dat de toespelingen op seksualiteit complimenteus zijn (bijvoorbeeld: een beroemdheid wordt uitgeroepen tot meest sexy persoon). Met '*negatief*' worden toespelingen op seksualiteit bedoeld die bijvoorbeeld scandaleus of crimineel zijn (zoals seksueel misbruik, seksuele escapades van elite personen). '*Neutraal*' is van toepassing wanneer de gebeurtenis niet per se negatief of positief is.
  - Codes → 1 = positief; 2 = negatief; 3 = neutraal



## Variabele 22: National involvement

- Deze nieuwsfactor houdt in dat het land waarin de nieuwsorganisaties gevestigd zijn – Nederland in dit geval – betrokken is bij een internationale nieuwsgebeurtenis. Dit kan op politiek vlak zijn (denk aan een Europees beleid voor vluchtelingen crisis, of de inzet van Nederlandse legereenheden in Midden-Oosten), economisch vlak (schulden crisis Griekenland, stijgende/dalende trend internationale beurzen), sociaal vlak (Nederlandse opvang van vluchtelingen, ramp met MH17), cultureel vlak (deelname aan Eurovisie Songfestival, Nederlandse Oscarnominaties), en op gebied van sport (deelname aan wedstrijden). Gebeurtenissen die enkel betrekking hebben op Nederland worden niet gerekend als nationale betrokkenheid, omdat die zich voordoen in de eigen leefomgeving van het publiek en het logisch is dat het publiek zich daarvoor interesseert.
- Nominale variabelen
- 22a: aanwezigheid van nieuwsfactor *national involvement*
  - Codes → 0 = afwezig; 1 = aanwezig
- 22b: aangeven op welk gebied Nederland betrokken is bij een gebeurtenis
  - Codes → 1 = politiek; 2 = economie; 3 = cultuur; 4 = sociale zaken; 5 = sport

## Variabele 23: Reach

- Hier gaat het om het bereik van een gebeurtenis, om de hoeveelheid personen waar het een invloed op heeft. Dit kan op verschillende geografische niveaus zijn. Een gebeurtenis kan een invloed hebben op lokaal niveau (een dorp of een stad), op provinciaal niveau (een hele provincie), op landelijk niveau (een hele natie), op continentaal niveau (een heel werelddeel), of op globaal niveau (meerdere werelddelen of de hele wereld).
- Nominale variabelen
- 23a: aanwezigheid van nieuwsfactor *reach*
  - Codes → 0 = afwezig; 1 = aanwezig
- 23b: het geografische niveau waarop een gebeurtenis een impact heeft. Hierbij moet uit worden gegaan van het hoogst mogelijke niveau. Bijvoorbeeld, wanneer een gebeurtenis een impact heeft op meerdere provincies maar niet het hele land wordt het toch gecodeerd als 'landelijk niveau'. De gebeurtenis overstijgt namelijk het provinciaal niveau.
  - Codes → 1 = lokaal niveau; 2 = provinciaal niveau; 3 = landelijk niveau; 4 = continentaal niveau; 5 = globaal niveau

## Variabele 24: Elite locations

- Het gaat hier om landen in de wereld die op politiek en/of economisch vlak invloedrijk zijn. Of een land als een 'elite location' beschouwd kan worden zal bepaald worden door af te gaan op de leden van de G20. De G20 omvat de landen met de meest ontwikkelde of opkomende economieën. De landen die tot de G20 behoren zijn: Argentinië, Australië, Brazilië, Canada, China, Frankrijk, Duitsland, India, Indonesië, Italië, Japan, Zuid-Korea, Mexico, Rusland, Saoedi-Arabië, Zuid-Afrika, Turkije, het Verenigd Koninkrijk, de Verenigde Staten, en de Europese Unie.<sup>76</sup> De code voor de Europese Unie wordt enkel toegekend als de gebeurtenis in kwestie heel Europa betreft. Wanneer de gebeurtenis zich voordoet in een lidstaat van de EU die niet apart als elite locatie wordt beschouwd (zoals bij Duitsland en Frankrijk wél het geval is) dan wordt het land niet als elite locatie gerekend.
- Nominale variabelen
- 24a: aanwezigheid van nieuwsfactor elite locations
  - Codes → 0 = afwezig; 1 = aanwezig
- 24b: aangeven om welk land het gaat
  - In alfabetische volgorde krijgen de landen een code toegewezen → 1 = Argentinië; 2 = Australië; 3 = Brazilië; 4 = Canada; 5 = China; 6 = Duitsland; 7 = Europese Unie; 8 = Frankrijk; 9 = India; 10 = Indonesië; 11 = Italië; 12 = Japan; 13 = Mexico; 14 = Rusland; 15 = Saoedi-Arabië; 16 = Turkije; 17 = Verenigd Koninkrijk; 18 = Verenigde Staten; 19 = Zuid-Afrika; 20 = Zuid-Korea

## Variabele 25: Facticity<sup>77</sup>

- Het gaat hier om gebeurtenissen die harde feiten en getallen bevatten. Hierbij kan gedacht worden aan locaties, namen, tijdstippen, statistieken, geldbedragen, etc..
- Nominale variabelen
- Codes → 0 = afwezig; 1 = aanwezig

---

<sup>76</sup> "G20 members," G20, geraadpleegd op 18 september 2015, <https://g20.org/about-g20/g20-members/>. Er is enkel voor de G20 gekozen, aangezien economie en politiek vaak met elkaar verweven zijn. Bovendien zitten landen als China, Frankrijk en Rusland ook in politieke eliteclubjes zoals de VN Veiligheidsraad. Daardoor werd de G20 als een representatieve classificatie gezien om te bepalen wanneer een land een elite locatie is.

<sup>77</sup> Allan Bell, *The Language of News Media* (Oxford: Blackwell, 1991), 158. De definitie van deze nieuwsfactor is niet gebaseerd op het model van Wendelin, Engelmann en Neubarth maar op de theorie van Bell, aangezien de definitie die door Wendelin, Engelmann en Neubarth wordt gegeven niet overeenkomt met de betekenis van het woord 'facticity'. Facticity betekent 'feitelijkheid', maar zij definiëren het als het handelen van personen of instituties in situaties die steeds veranderen (zie Wendelin, Engelmann, en Neubarth, 8). Bell hanteert wel een definitie die strookt met de betekenis van het woord, en daarom wordt zijn definitie gehanteerd.

### Variabele 26: Success

- Het gaat hier om een positief gevolg of meerdere gevolgen van een situatie die steeds in ontwikkeling is (vluchtelingen crisis in Europa, schulden crisis van Griekenland) of van een handeling (bijvoorbeeld een persoon die dreigt te verdrinken wordt gered).
- Nominale variabelen
- 26a: aanwezigheid van nieuwsfactor *success*
  - Codes → 0 = afwezig; 1 = aanwezig
- 26b: aangeven of het gaat om materieel succes of immaterieel succes. Met '*materieel succes*' worden gevolgen bedoeld die zich manifesteren in materiële zaken. Een voorbeeld is dat vluchtelingen levensvoorzieningen krijgen door vrijwilligers vanwege hun penibele levensomstandigheden of dat iemand een geldbedrag wint. '*Immaterieel succes*' heeft betrekking op een positief gevolg dat zich op een andere manier manifesteert dan als een materialiteit. Een voorbeeld hiervan is dat iemand blijft leven omdat hij gered is of dat een sportclub een wedstrijd wint. Opgelet!: als het gaat om een sportwedstrijd tussen twee Nederlandse clubs wordt de uitslag niet als positief of negatief gevolg gecodeerd. Er is dan namelijk een Nederlandse verliezer en een Nederlandse winnaar, waardoor het niet duidelijk is of dit een positief of negatief gevolg is. Wanneer een Nederlandse sporter of sportclub een buitenlandse tegenstander heeft, wordt er wel een negatief of positief gevolg gecodeerd. In die situatie kan het gevolg namelijk duidelijk opgevat worden vanuit een Nederlands standpunt.
  - Codes → 1 = materieel succes; 2 = immaterieel succes

### Variabele 27: Damage

- Het betreft hier een negatief gevolg of meerdere gevolgen van een situatie die steeds in ontwikkeling is (vluchtelingen crisis in Europa) of van een handeling (iemand die een moordaanslag pleegt op een school).
- Nominale variabelen
- 27a: aanwezigheid van nieuwsfactor *damage*
  - Codes → 0 = afwezig; 1 = aanwezig
- 27b: aangeven of het gaat om materiële schade of immateriële schade. Met '*materiële schade*' wordt een negatief gevolg bedoeld dat betrekking heeft op materiële zaken. Voorbeelden zijn kapotte sporen door het ontsporen van een trein, vernielingen aan gebouwen door het omvallen van een hijskraan, of dat een bedrijf een geldboete of financiële schadevergoeding moet betalen. '*Immateriële schade*' houdt in dat het negatieve gevolg betrekking heeft op andere zaken dan een materialiteit. Voorbeelden hiervan zijn dat personen zijn overleden of gewond zijn geraakt doordat een vliegtuig is

neergestort, dat een sportclub een wedstrijd heeft verloren, of dat er conflicten tussen politie en vluchtelingen ontstaan omdat vluchtelingen een landgrens niet mogen oversteken. Opgelet!: als het gaat om een sportwedstrijd tussen twee Nederlandse clubs wordt de uitslag niet als positief of negatief gevolg gecodeerd. Er is dan namelijk een Nederlandse verliezer en een Nederlandse winnaar, waardoor het niet duidelijk is of dit een positief of negatief gevolg is. Wanneer een Nederlandse sporter of sportclub een buitenlandse tegenstander heeft, wordt er wel een negatief of positief gevolg gecodeerd. In die situatie kan het gevolg namelijk duidelijk opgevat worden vanuit een Nederlands standpunt.

- Codes → 1 = materiële schade; 2 = immateriële schade; 3 = immateriële & materiële schade

### **Variabele 28: Elite organisaties**

- Het gaat hier om grote nationale of internationale organisaties die bekend zijn bij het publiek. Hierbij kan gedacht worden aan politieke organisaties als de Verenigde Naties en de Europese Unie, maar ook aan invloedrijke natuurorganisaties (Greenpeace, Wereldnatuurfonds), humanitaire organisaties (World Health Organisation, Amnesty International, Unicef), bedrijven (Shell, Unilever), universiteiten (Harvard, Universiteit Utrecht), culturele evenementen en organisaties (Champions League van de UEFA, Rijksmuseum, Eurovisie Songfestival), en terroristische organisaties (ISIS, Taliban).
- Nominale variabelen
- 28a: aanwezigheid van nieuwsfactor elite organisaties
  - Codes → 0 = afwezig; 1 = aanwezig
- 28b: aangeven over welke organisatie(s) wordt bericht. Hier wordt de naam ingevoerd van de organisatie die bij de gebeurtenis betrokken is.
  - Open entry veld

## **8. Verklaring Intellectueel Eigendom**

Zie volgende pagina.

## VERKLARING: INTELLECTUEEL EIGENDOM

De Universiteit Utrecht definieert het verschijnsel "plagiaat" als volgt:

*Van plagiaat is sprake bij het in een scriptie of ander werkstuk gegevens of tekstgedeelten van anderen overnemen zonder bronvermelding. Onder plagiaat valt onder meer:*

*het knippen en plakken van tekst van digitale bronnen zoals encyclopedieën of digitale tijdschriften zonder aanhalingstekens en verwijzing;*

*het knippen en plakken van teksten van het internet zonder aanhalingstekens en verwijzing;*

*het overnemen van gedrukt materiaal zoals boeken, tijdschriften of encyclopedieën zonder aanhalingstekens of verwijzing;*

*het opnemen van een vertaling van bovengenoemde teksten zonder aanhalingstekens en verwijzing;*

*het parafraseren van bovengenoemde teksten zonder verwijzing. Een parafrase mag nooit bestaan uit louter vervangen van enkele woorden door synoniemen;*

*het overnemen van beeld-, geluids- of testmateriaal van anderen zonder verwijzing en zodoende laten doorgaan voor eigen werk;*

*het overnemen van werk van andere studenten en dit laten doorgaan voor eigen werk. Indien dit gebeurt met toestemming van de andere student is de laatste medeplichtig aan plagiaat; ook wanneer in een gezamenlijk werkstuk door een van de auteurs plagiaat wordt gepleegd, zijn de andere auteurs medeplichtig aan plagiaat, indien zij hadden kunnen of moeten weten dat de ander plagiaat pleegde;*

*het indienen van werkstukken die verworven zijn van een commerciële instelling (zoals een internetsite met uittreksels of papers) of die tegen betaling door iemand anders zijn geschreven.*

Ik heb de bovenstaande definitie van het verschijnsel "plagiaat" zorgvuldig gelezen, en verklaar hierbij dat ik mij in het aangehechte essay / werkstuk niet schuldig heb gemaakt aan plagiaat.

Naam: *Jocelyne Smit*

Studentnummer: *4294955*

Plaats: *Utrecht*

Datum: *8 november 2015*

Handtekening: *Jocelyne*