
Geoperspectief in de krant

Gebruik van geografische
kennisstructuren in
berichtgeving over Brexit

L.C. Vriend

24 augustus 2020

Scriptiebegeleider: **L.J. Paul**

Master Geo-Communicatie
Departement Sociale Geografie
Faculteit Geowetenschappen



Universiteit Utrecht

Inhoudsopgave

1	Inleiding	1
1.1	Hoofd- en deelvragen	2
1.2	Relevantie	4
1.3	Opbouw	5
I	Theorie	8
2	Geografie	9
2.1	Vier kennisstructuren	10
2.1.1	Cartografische praktijken	11
2.1.2	Processen in tijd en ruimte	12
2.1.3	Indeling van ruimte in regio's	12
2.1.4	Relatie tussen mens en omgeving	13
2.2	De kracht van geografie	14
2.3	Educatief perspectief	18
2.4	Contraceografieën	22
3	Journalistiek	26
3.1	Het journalistieke proces bij dagbladen	29
3.1.1	Kranten	31
3.1.2	Redacties	33
3.1.3	Journalisten	34
3.1.4	Correspondenten	35
3.2	Interviews	38
3.2.1	Context en nuance	39
3.2.2	Geografie van de lezer	41
3.2.3	Geografie van de journalist	42

3.2.4	Geografisch denken	43
3.2.5	Selectie van het nieuws	44
3.2.6	Wetenschap	48
II	Methode	50
4	Toponiemenanalyse	51
4.1	Operationalisering geoperspectief	53
4.1.1	Naïeviteit van de methode	54
4.1.2	Aannames	55
4.1.3	Hypotheses	57
4.2	Natural language processing	58
4.2.1	Tokenization	58
4.2.2	Lemmatization	58
4.2.3	Named entity recognition	59
4.3	Selectie van bronnen en krantenartikelen	60
4.4	Geografische data voor NER	64
4.5	Tellingen met NLP	67
4.6	Methode van analyse	70
5	Inhoudsanalyse	71
5.1	Selectie van bronnen	72
5.2	Analyseschema	75
5.2.1	Typologie	77
5.2.2	Cartografisch bewustzijn	77
5.2.3	Lokale contexten	78
5.2.4	Toponiemengebruik	79
5.3	Validatie en evaluatie	79
III	Onderzoek	81
6	Toponiemen	82
6.1	Algemene kenmerken	82
6.2	Lemma analyse	85
6.2.1	Schaalniveau op basis van geografische lemmas	89
6.3	Toponiemenanalyse	91

6.3.1	Verwijzingen naar landen	95
6.3.2	Gebruik van plaatsnamen	100
6.4	Kaarten	111
6.4.1	Landen	111
6.4.2	Plaatsen	111
7	Correspondenten	132
7.1	Inhoud	133
7.2	Actoren	135
7.3	Plaatsbepaaldheid	136
7.4	Lokale contexten	141
7.4.1	Verdeeldheid	142
7.4.2	Migratie	144
7.4.3	Handel	147
7.5	Toponiemengebruik	149
8	Conclusies	154
8.1	Uitkomsten	155
8.2	Beperkingen	159
8.3	Slotwoord	164
	Bibliografie	167
A	Stopwoorden	174
B	Distributie van plaatsnamen	177
C	Analyseschema	181
D	Lemma clouds	183
E	Bronverwijzingen	188

Lijst van figuren

2.1	Schematische weergave van de geografische denkwijze volgens Favier en Van der Schee, 2014	20
2.2	Structureringscurve	23
3.1	Percentage van de Nederlandse bevolking (12 jaar en ouder) dat ten minste een kwartier per week gedrukte media leest . .	28
3.2	Actoren in het nieuwsproces volgens Vermaas en Janssen, 2009	30
5.1	Aantal artikelen en het langste artikel per maand	74
6.1	Aantal artikelen waar de zoekterm Brexit in voorkomt per week en krant	83
6.2	Distributies van de paginalocaties van Brexit-artikelen per krant	84
6.3	Distributies van de lengte van artikelen in woorden per krant .	86
6.4	Percentage artikelen waarin ten minste één toponiem voorkomt per geografische categorie en krant	94
6.5	Distributies van de frequenties van de twaalf landen waarnaar het meest wordt verwezen per krant	97
6.6	Distributies van de frequentie waarin toponiemen in een artikel voorkomen per geografische categorie en krant	102
6.7	Spreiding van landen genoemd in artikelen van de Volkskrant .	112
6.8	Spreiding van landen genoemd in artikelen van de Trouw . . .	113
6.9	Spreiding van landen genoemd in artikelen van de Telegraaf .	114
6.10	Spreiding van landen genoemd in artikelen van de Leeuwarder Courant	115
6.11	Spreiding van plaatsen genoemd in artikelen van de Volkskrant	116
6.12	Spreiding van plaatsen genoemd in artikelen van de Trouw . .	117
6.13	Spreiding van plaatsen genoemd in artikelen van de Telegraaf .	118

6.14	Spreiding van plaatsen genoemd in artikelen van de Leeuwarder Courant	119
6.15	Spreiding van Europese plaatsen genoemd in artikelen van de Volkskrant	120
6.16	Spreiding van Europese plaatsen genoemd in artikelen van de Trouw	121
6.17	Spreiding van Europese plaatsen genoemd in artikelen van de Telegraaf	122
6.18	Spreiding van Europese plaatsen genoemd in artikelen van de Leeuwarder Courant	123
6.19	Spreiding van Britse plaatsen genoemd in artikelen van de Volkskrant	124
6.20	Spreiding van Britse plaatsen genoemd in artikelen van de Trouw	125
6.21	Spreiding van Britse plaatsen genoemd in artikelen van de Telegraaf	126
6.22	Spreiding van Britse plaatsen genoemd in artikelen van de Leeuwarder Courant	127
6.23	Spreiding van Nederlandse plaatsen genoemd in artikelen van de Volkskrant	128
6.24	Spreiding van Nederlandse plaatsen genoemd in artikelen van de Trouw	129
6.25	Spreiding van Nederlandse plaatsen genoemd in artikelen van de Telegraaf	130
6.26	Spreiding van Nederlandse plaatsen genoemd in artikelen van de Leeuwarder Courant	131
7.1	Aantal unieke toponiemen per artikel en soort	150
B.1	Distributie van wereldplaatsen	178
B.2	Distributie van plaatsen in het Verenigd Koninkrijk	179
B.3	Distributie van plaatsen in Nederland	180
D.1	Meest voorkomende lemma's in de Volkskrant	184
D.2	Meest voorkomende lemma's in Trouw	185
D.3	Meest voorkomende lemma's in de Telegraaf	186
D.4	Meest voorkomende lemma's in de Leeuwarder Courant	187

Lijst van tabellen

4.1	Gemiddelde verspreide oplage van een uitgave per krant in 2017	60
4.2	Enkele nieuwswaardige momenten rondom de Brexit in 2017	61
4.3	Aantal artikelen waarin de zoekterm ‘Brexit’ voorkomt per katern en krant	63
4.4	Aantal gevonden resultaten in LexisNexis en het aantal uiteindelijk geselecteerde (gefilterde en ontdubbelde) artikelen per krant	63
4.5	Gebruikte synoniemen en alternatieve spellingen voor landnamen	65
4.6	Aantal aanwezige toponiemen in de NER en het aantal gevonden toponiemen in de onderzochte berichtgeving per geografische categorie	67
4.7	Aantal behouden en verwijderde plaatsnamen na de annotatie per geografische categorie	69
5.1	Berichtgeving in 2017 van correspondenten	73
5.2	Geselecteerde berichten	76
6.1	Enkele descriptieve statistieken over het aantal gebruikte woorden per krant	85
6.2	Aantal unieke lemma’s (l) per krant, absoluut en in verhouding tot het totaal aantal artikelen (a)	86
6.3	Aantal artikelen dat verwijst naar een bepaald kennisdomein per krant, absoluut en als percentage van het totaal	87
6.4	Aantal artikelen dat verwijst naar enkele geselecteerde politici per krant, absoluut en als percentage van het totaal	88
6.5	Aantal artikelen met geografische lemma’s per krant, absoluut en als percentage van het totaal	90
6.6	Aantal unieke plaatsnamen per geografische categorie en krant	91

6.7	Aantal woorden/artikelen per unieke plaatsnaam en krant . . .	92
6.8	Absoluut aantal verwijzingen per geografische categorie en krant	93
6.9	Aantal landen dat in de berichtgeving ten minste één keer wordt genoemd per krant, uitgesplitst naar regio en subregio .	96
6.10	Tien landen waarbij de verhouding tussen het totaal aantal verwijzingen (v) en het aantal artikelen (a) waarin ze voorkomen het grootst is per krant	98
6.11	Tweede plaats uitgedrukt als procentuele afname van de frequentie van de meest genoemde plaats per geografische categorie en krant	103
7.1	Aantal artikelen in de steekproef per type en bron	133
7.2	Waar de handelingen plaatsvinden per artikel	137

Samenvatting

Volgens de geografie moet je om inzicht te verkrijgen in verschijnselen in de wereld oog hebben voor plaats en ruimte. Gebied, mens en natuur zijn geen opzichzelf staande begrippen maar moeten vanuit hun onderlinge verbanden worden beschouwd en doorgrond. Deze geografische blik op de wereld noemen we hier een geoperspectief. De journalistiek is een beroepsvorm die verslag legt van wat er gebeurt in de wereld. Daarmee informeren ze hun lezerspubliek. Zij zijn in die zin belangrijke producenten van geografische kennis. Journalisten produceren deze kennis onder tijdsdruk, in een beperkt aantal woorden en voor een specifiek lezerspubliek. In deze scriptie wordt onderzocht in hoeverre er in Nederlandse kranten sprake is van een geoperspectief.

Een geoperspectief is geen eenzijdig trucje maar bestaat uit een uitgebreide gereedschapskist waar onder andere cartografische vaardigheden, conceptuele kaders over processen in tijd/ruimte, kennis over regio's en een holistische aanpak onderdeel van zijn. Om de mate van geoperspectief te meten, is in dit onderzoek gekozen om naar één aspect te kijken: het gebruik van toponiemen. Hoewel het niet precies bekend is op welke manieren een geoperspectief tekstueel tot uitdrukking kan komen, is het een gegeven dat plaatsnamen een belangrijke rol spelen in het overdragen van geografische kennis. Het voordeel van toponiemen is dat ze met behulp van *named entity recognition* (een vorm van *natural language processing*) geautomatiseerd te herkennen zijn. Dagbladen produceren grote hoeveelheden tekst en op deze manier is dat volume op een consistente en relatief efficiënte wijze te verwerken.

Voor dit onderzoek is gekeken naar het gebruik van toponiemen in de berichtgeving over Brexit in het jaar 2017 bij twee kwaliteitskranten (Trouw en de Volkskrant), een populaire krant (Telegraaf) en een regionale krant (Leeuwarder Courant). De toponiemen zijn verdeeld in de volgende categorieën: landen, wereldsteden, Britse steden, Nederlandse steden en Friese steden. Vervolgens zijn per categorie en krant twee aspecten bekeken: met welke frequentie komen de toponiemen voor in het totale volume tekst dat een krant produceert en met welke frequentie verschijnen er artikelen in de krant waarin de toponiemen voorkomen. Daarnaast is de spreiding van de genoemde plaatsen in kaart gebracht.

Uit deze analyse blijkt dat kwaliteitskranten meer unieke toponiemen gebruiken en daar ook vaker naar verwijzen dan de andere kranten. Zij laten dus de grootste geografische spreiding zien. Op grond hiervan is te beargumenteren dat kwaliteitskranten vanuit een geoperspectief schrijven dan de andere kranten. Wel zien we binnen de berichtgeving over de Brexit bij alle kranten een zeer onevenwichtige verdeling. De steden Londen, Brussel en Amsterdam en de landen Nederland en het Verenigd Koninkrijk zijn verreweg de meest dominante kernen. De Telegraaf lijkt sterker op Nederland georiënteerd te zijn dan de andere kranten. De Leeuwarder Courant laat een duidelijke mate van localisatie in de eigen regio zien. De op toponiemen gerichte methode kan enkele aspecten over de geografische inhoud van kranten duidelijk belichten. Maar meer onderzoek is nodig om een beter beeld te krijgen van hoe toponiemengebruik in kranten zich verhoudt tot een geoperspectief.

Hoofdstuk 1

Inleiding

Geografiebeoefening is allerminst een exclusieve bezigheid voor wetenschappers. David Harvey noemt in zijn artikel “The sociological and geographical imaginations” zeven belangrijke instellingen buiten de universiteit waar geografische kennis wordt geproduceerd. Een van die instellingen is de media waar de geschreven pers een onderdeel van is:

“The press, as we now know it, has grown and evolved rapidly over the last 200 years (particularly since 1850), generating an ever-growing flood of geographical information.” (Harvey, 2005, p.230)

Dit onderzoek gaat over geografische kennisproductie in de journalistiek. Het onderliggende kader voor dit onderzoek is de Geo-communicatie. Dit vakgebied houdt zich bezig met het bestuderen van verschillende vormen van geografische kennis in de samenleving en probeert deze te verklaren en te begrijpen vanuit grotere maatschappelijke processen en structuren.

Geografie is een begrip in meervoud: het is een academische discipline, een schoolvak, een beroepssector en een verzameling praktische kennis en vaardigheden die we in het alledaagse leven gebruiken. Deze domeinen putten op verschillende manier uit dezelfde geografische bron. Ze verschillen onder andere van elkaar door het publiek dat ze willen aanspreken, de doelen die ze zichzelf stellen, de formele en informele netwerken waarin ze zich bewegen, de plekken waar ze publiceren, de taal die ze gebruiken en de werkwijzen die ze accepteren. Downs (2010) stelt: “Knowledge systems create, preserve, transfer, and disseminate knowledge in enterprises such as disciplines (academic

contexts), subjects (college and school contexts), and professions (vocational contexts). (Downs, 2010, p.445)” Geografie als kennissysteem draait volgens hem daarmee om de productie en reproductie van kennis.

Het belangrijkste onderscheid tussen de kennisdomeinen uit zich volgens Downs dan ook in de balans tussen de productie van nieuwe kennis versus de reproductie van bestaande kennis: “At the extremes, academic geography focuses on the production of knowledge, whereas popular geography focuses on the reproduction of knowledge. (ibid., p.455)” Dit citaat komt uit een artikel waarin Downs vooral geïnteresseerd is in hoe de academische wereld zich verhoudt tot de popularisering van geografische kennis. Maar waar passen journalisten in dit verhaal? Van journalisten die voor het wetenschappelijke katern van de krant schrijven, kun je zeggen dat zij vooral aan reproductie van kennis doen. Zij schrijven per slot van rekening voornamelijk op een (al dan niet) toegankelijke manier over wetenschappelijk onderzoek. Geldt datzelfde echter voor een journalist die zelf een verhaal schrijft over een geografisch onderwerp?

1.1 Hoofd- en deelvragen

Dit is een exploratief onderzoek naar de productie van geografische kennis in Nederlandse dagbladen. De hoofdvraag van het onderzoek luidt:

In welke mate is er sprake van een geoperspectief in de krant en in hoeverre verschillen Nederlandse dagbladen hierin van elkaar?

Er zijn vele verschillende manieren waarop je deze vraag zou kunnen proberen te beantwoorden. Media-geografie is een relatief jong vakgebied dat dit onderwerp veelal vanuit een kritisch perspectief benadert (zie voor een uitgebreide verzameling artikelen Adams, Craine en Dittmer, 2014). In dit onderzoek is juist gekozen voor het perspectief van de bredere vakdiscipline. Het uitgangspunt bestaat uit de inzichten en vaardigheden die kenmerkend zijn voor geografiebeoefening in het algemeen. Het accent komt daarmee meer te liggen op een ruimtelijke en relationele manier van denken over mens en omgeving op verschillende schaalniveaus; minder op de rol die macht speelt in de productie van kennis.

Dit onderzoek zal twee kwaliteitskranten, een populaire krant en een regionale krant met elkaar vergelijken op geografische inhoud. Centraal staat

de berichtgeving rondom de Brexit in het jaar 2017. De Brexit dient hierbij alleen als een ingang om de geografische inhoud van kranten te analyseren maar is zelf niet direct het onderwerp van dit onderzoek (zie ook [paragraaf 4.3](#) van het methodologisch hoofdstuk). We kunnen de hoofdvraag daarom herformuleren als:

In welke mate is er sprake van een geoperspectief in de berichtgeving rondom de Brexit in 2017 en in hoeverre verschillen Nederlandse kwaliteitskranten, populaire en regionale kranten hierin van elkaar?

Dit onderzoek operationaliseert de term geoperspectief als het gebruik van toponiemen in de artikelen die over Brexit gaan. Dit is een zeer nauwe definitie van geoperspectief die het voordeel heeft goed meetbaar te zijn. Het nadeel is dat een dergelijke definitie geen volledig beeld kan geven van zo'n complex begrip. De resultaten van dit onderzoek zullen duidelijk moeten maken hoeveel inzicht deze methode ons kan geven over geoperspectief in de journalistiek. Om dat doel te bereiken, zal het onderzoek naast een kwantitatieve toponiemenanalyse ook een kleinere kwalitatieve inhoudsanalyse bevatten. De hoofdvraag zal worden beantwoord aan de hand van de volgende deelvragen:

1. Wat is een geoperspectief en waarom is het belangrijk?
2. Welke verbanden bestaan er tussen geografie en journalistiek?
3. Hoe kunnen we het begrip geoperspectief operationaliseren?
4. Welke geografische entiteiten komen aan bod in de berichtgeving van de kranten en hoe vaak?
5. Welke geografische spreiding laten deze entiteiten zien in de berichtgeving van de kranten?
6. Hoe gebalanceerd is de aandacht voor deze entiteiten in de berichtgeving van de kranten?
7. Welke schaalniveaus zijn het belangrijkste in de berichtgeving van de kranten en hoe divers is het gebruik van verschillende schaalniveaus?
8. In hoeverre kan een toponiemenonderzoek een goed beeld geven van geoperspectief in de journalistiek?

1.2 Relevantie

De wetenschappelijke relevantie van dit onderzoek laat zich het best koppelen aan het exploratieve karakter ervan. Er zijn twee redenen om dit onderzoek exploratief te noemen. De eerste is inhoudelijk. Wetenschappers in de sociale wetenschappen zijn onmiskenbaar productief als het gaat om media-onderzoek. Net als de media-geografie gaat het hier vaak om kritische wetenschap die geïnteresseerd is in verborgen machtstructuren. *Framing* (zie [Entman, 1993](#)) is een voorbeeld van invloedrijk onderzoek in dit domein. Onderzoek met een geografische signatuur is in dit academische landschap zeldzamer—zeker als je het kritische element wegneemt. Combineer je dat met de context van de Nederlandse journalistiek dan krijg je een onderwerp waar weinig onderzoek naar is gedaan. Dit betekent dat er nog veel onbekend is over dit onderwerp. Dit onderzoek probeert een bijdrage te leveren aan wetenschappelijke kennis over dit onderwerp door de eerste ontdekkende stappen te zetten.

De tweede reden voor het exploratieve karakter van dit onderzoek is de methodologie. De groei van heterogene en ongestructureerde data onder invloed van het web heeft geleid tot de opkomst van *data science*—een multidisciplinair vakgebied dat wetenschappelijke methodes, statistiek, algoritmes en systemen inzet om generaliseerbare kennis uit de immer uitdijende informatiebrei te onttrekken ([Dhar, 2013](#)). Deze ontwikkeling heeft allerlei nieuwe instrumenten toegevoegd aan de gereedschapskist van de onderzoeker. Met name onderzoek naar ongestructureerde tekst (zoals journalistieke artikelen) kan baat hebben bij de vooruitgang die geboekt is in *natural language processing* (NLP):

“The startling increase in computing resources available to the average computer user, the rise of the Web as a massive source of information and the increasing availability of wireless mobile access have all placed speech and language processing applications in the technology spotlight.” (Jurafsky en Martin, 2008, p.8)

Ook binnen de geografie zie je deze ontwikkeling terug, zoals blijkt uit de vele onderzoeken naar *geotagging*: het algoritmisch annoteren van locaties in data (zie bijvoorbeeld [Garbin en Mani, 2005](#); [Pasley e.a., 2008](#); [Buscaldi en Rosso, 2008](#) en [Lieberman, Samet en Sankaranarayanan, 2010](#)). Een tweede doel van deze these is om antwoord te geven op de vraag in hoeverre deze

nieuwe technologieën dit type onderzoek kunnen ondersteunen. Daarbij moet de gevolgde methode transparant en reproduceerbaar zijn.

De maatschappelijke relevantie van dit onderzoek zit in de thematiek. Geografische kennis lijkt relevanter dan ooit. Het Koninklijk Nederlands Aardrijkskundig Genootschap (KNAG) vat dit mooi samen in haar visie: “Leefgebieden van de mens en natuur staan onder toenemende druk en de onderlinge samenhang in Nederland, Europa en de wereld wordt steeds belangrijker; wij krijgen steeds meer met elkaar te maken op onze eigen aarde en in onze eigen wereld, nabij en veraf.” In een globaliserende wereld zijn de relaties tussen plaatsen die zich aftekenen op verschillende schaalniveaus steeds belangrijker geworden. Zo’n wereld kunnen we niet begrijpen zonder geografische inzichten. Het is daarom paradoxaal te noemen dat de populariteit van het vakgebied geen vanzelfsprekendheid is. Er bestaat zelfs een aanzienlijke hoeveelheid literatuur over de kloof tussen geografie als wetenschap en de samenleving (zie onder anderen [Holmes, 2016](#); [Imrie, 2004](#); [Murphy, 2006](#); [Bonnet, 2003](#); [Clifford, 2002](#); [Thrift, 2002](#)).

Hoewel de geografie als wetenschap zeker een taak heeft in het verspreiden en populariseren van de kennis die zij produceert, is het tegelijkertijd duidelijk dat de academische discipline een specifieke en beperkte doelgroep heeft (zie [Downs, 2010](#)). Dat betekent dat het brede publiek geografische kennis uit andere bronnen moet putten zoals bijvoorbeeld het aardrijkskunde onderwijs. Zoals gezegd is de journalistiek een andere belangrijke bron van geografische kennis. Het wordt voor ons steeds belangrijker om goede geografische kennis te hebben, niet alleen om onze leefwereld te begrijpen maar ook om actief te kunnen participeren in onze samenleving en democratie. Het dient daarom ook een maatschappelijk belang om de journalistiek te onderzoeken op de geografische kennis die zij produceren.

1.3 Opbouw

Dit onderzoek is opgebouwd uit drie delen: de theorie, de methode en het onderzoek. Het eerste deel bevat het theoretisch kader en zal de eerste twee deelvragen beantwoorden. Het hoofdstuk over geografische kennis ([hoofdstuk 2](#)) geeft antwoord op de vraag wat een geoperspectief is en welke betekenis dat heeft op onze kennis van de wereld (eerste deelvraag). Harvey’s kennisstructuren voor de geografische verbeelding ([Harvey, 2005](#)) vormen de basis voor de uitwerking van dit begrip. Deze basis wordt verrijkt en toege-

licht met – onder anderen – inzichten uit de educatiegeografie. In [hoofdstuk 3](#) zal deelvraag twee worden onderzocht. Eerst wordt ingegaan op het journalistieke proces en de betrokken actoren. Daarna zal de relatie tussen geografie en journalistiek verder uitgewerkt worden aan de hand van enkele interviews met journalisten.

In het methode deel worden de gevolgde onderzoeksmethoden uitgewerkt. Zoals gezegd, valt dit onderzoek uiteen in een uitgebreid kwantitatief en een kleiner kwalitatief onderzoek. De kwantitatieve onderzoeksopzet wordt uitgewerkt in [hoofdstuk 4](#). Deze bestaat uit een toponiemenanalyse die gebruik maakt van NLP. Daarbij wordt alle berichtgeving over Brexit in de geselecteerde kranten in het jaar 2017 geanalyseerd. Het hoofdstuk geeft een onderbouwing bij de operationalisering van het begrip geoperspectief als het gebruik van toponiemen. De onderliggende aannames worden expliciet gemaakt en op basis daarvan worden de te toetsen hypothesen geformuleerd. Deze zijn gebaseerd op de inzichten van het theoretisch deel. De rest van het hoofdstuk bevat een uitwerking en verantwoording van de gevolgde methode: welke kranten en welke berichten zijn geselecteerd; hoe wordt NLP toegepast om toponiemen in de tekst te herkennen en tellen; welke geografische data is gebruikt bij de toponiemherkenning; hoe nauwkeurig zijn de uiteindelijke tellingen?

De methode bij het supplementaire kwalitatieve onderzoek wordt uitgewerkt in [hoofdstuk 5](#). Dit onderzoek bestaat uit een kwalitatieve inhoudsanalyse. In tegenstelling tot de toponiemenanalyse leent de inhoudsanalyse zich niet voor een uitgebreide dataset. Omdat de inhoudsanalyse de conclusies van de toponiemenanalyse moet valideren en de gevolgde methode moet evalueren, is er voor gekozen om met een subset van dezelfde dataset te werken: de langere verhalen van correspondenten in de betreffende kranten in het jaar 2017. De precieze selectie van de te analyseren krantenartikelen wordt in dit hoofdstuk verantwoord. Daarnaast wordt het te gebruiken analyseschema toegelicht. Deze is gebaseerd op de eerdergenoemde geografische kennisstructuren.

De volgende deelvragen komen aan bod in het laatste deel dat de resultaten van beide onderzoeken ([hoofdstuk 6](#) en [hoofdstuk 7](#)) en de conclusies ([hoofdstuk 8](#)) bevat. Het resultatenhoofdstuk behandelt de verschillende analyses die binnen dit onderzoek zijn uitgevoerd: een algemene beschrijving van de berichtgeving, een analyse van de gebruikte (geografische) lemma's (zie ook [paragraaf 4.2.2](#)) en vervolgens een analyse van de gevonden toponiemen. De toponiemen zijn per krant in kaart gebracht aan het einde van het

hoofdstuk. Aan de hand hiervan kunnen de vragen over de frequentie en de spreiding van toponiemen worden beantwoord. Om de gevonden resultaten een context te geven, is ook uit de verschillende kranten geciteerd. Dit is voornamelijk bedoeld om een beeld te geven van de bijbehorende inhoud—niet als systematisch onderzoek. Met deze informatie kunnen we vervolgens in de conclusies de balans opmaken en de hoofd- en deelvragen beantwoorden. Hier zullen we ook stil staan bij de kracht en beperkingen van de gevolgde methode en vervolgvragen die de resultaten oproepen.

Deel I
Theorie

Hoofdstuk 2

Geografie

De Griekse geleerde Eratosthenes was in de derde eeuw voor Christus waarschijnlijk de eerste die het woord ‘geografie’ gebruikte; *ge* staat voor aarde en *graphie* voor beschrijving. Over waar en wanneer de geschiedenis van de geografie als wetenschap begint, kun je echter twisten. De oude Grieken roemden Homerus als de eerste geograaf (Martin, 2005, p.2). Maar al in de prehistorie begonnen de eerste pogingen om de omgeving in kaart te brengen. Een voorbeeld daarvan zijn de Soemeriërs in Mesopotamië (wat nu Zuidoost-Irak is): “Although there is nothing that qualifies as an unambiguous attempt at mapping in this area during the fourth millennium B.C., the scribal activities and traditions beginning then created the circumstances in which geographical knowledge could be stored and maps could be produced. (Millard, 1987, p.107)”

Lang voordat er zoiets als ‘wetenschap’ bestond, zal de mens zich dus hebben beziggehouden met geografische vraagstukken. Het is aannemelijk dat geografische kennis zo oud is als de mens zelf. Deze kennis was vanuit het perspectief van de Westerse wetenschap misschien onbewust, intuïtief, ongeordend, incompleet en soms ronduit onjuist. Om in een bepaalde plaats te kunnen gedijen, is niettemin een vorm van kennis van de menselijke habitat onmisbaar. Denk bijvoorbeeld aan de kennis die nodig is voor het ontginnen van woestenijen, het bouwen van nederzettingen, het navigeren door onherbergzame landschappen, het groeien van voedsel, het drijven van handel, het voeren van oorlog of het besturen van een rijk. Harvey formuleert het mooi:

“All societies develop means to evaluate, appreciate, represent and live within their surrounding environments [...]. Local knowledges concerning the uses of various processes and things, the appreciation of the qualities of local fauna and flora (indigenous resource knowledges), of changing meteorological and climatic conditions, of soil types, of natural hazards, the construction of symbolic meanings and the development of capacities to represent and ‘read’ the landscape and its signs effectively—these sorts of knowledges have been fundamental to human survival since time immemorial.” (Harvey, 2005, p.246)

Dit hoofdstuk zal een overzicht geven van wat geografen zien als een geoperspectief. De bedoeling is om een inhoudelijke en theoretische onderbouwing te geven die enerzijds een rechtvaardiging kan vormen voor de gekozen onderzoeksopzet en anderzijds als een tegenwicht kan dienen voor de simplificaties die in de methodologie zijn gedaan. Harvey’s ontleding van geografische kennis in vier kennisstructuren vormt de basis van het theoretische kader (paragraaf 2.1). Vervolgens gebruiken we inzichten van Massey (paragraaf 2.2) om de meerwaarde van geografische kennis te beschrijven. Deze inzichten worden vervolgens uitgediept in paragraaf 2.3 met behulp van de manier waarop educatiegeografen het vakgebied bekijken en begrijpen. Afsluitend kijken we in paragraaf 2.4 naar de kritische houding die past bij de in het hoofdstuk beschreven geoperspectief.

2.1 Vier kennisstructuren

In zijn artikel “The sociological and geographical imaginations” geeft Harvey (2005) een analyse van geografische kennis. Deze is volgens hem gebaseerd op vier samenhangende pijlers, of wat hij kennisstructuren noemt. De vier structuren zijn:

1. Cartografische praktijken
2. Processen in tijd en ruimte
3. De indeling van ruimte in regio’s
4. De relatie tussen de mens en haar omgeving

Niet alle geografie biedt een evenwichtige mix van deze vier structuren. Maar goede geografische kennis verweeft deze elementen wel op een gebalanceerde manier met elkaar. Uit het woordje ‘goed’ valt af te leiden dat het hier niet zondermeer om een descriptieve definitie gaat; Harvey’s betoog heeft een duidelijk normatief karakter. Als marxist beziet hij de wereld nadrukkelijk in het licht van de paradoxale en destructieve aard van het kapitalisme (zie bijvoorbeeld zijn *Seventeen contradictions and the end of capitalism* uit 2014). Elk structuur kent zijn eigen subtiele en minder subtiele mogelijkheden tot manipulatie. Zijn hoop is dat we geografische kennis kunnen transformeren naar nieuwe vormen die de onderworpenen der aarde in staat stellen te ontsnappen aan de tirannie van de sterken. Het is echter niet nodig om dit kritische wereldbeeld één-op-één over te nemen om te profiteren van zijn analyse. Van Gorp en Van der Vaart, 2016 gebruiken Harvey’s kennisstructuren bijvoorbeeld om de kwaliteit van de geografische informatie in reisgidsen te onderzoeken. Harvey’s analyse van geografische kennis is dus ook buiten zijn eigen politieke project toepasbaar.

2.1.1 Cartografische praktijken

De eerste structuur verwijst naar de kennis die voortkomt uit cartografische praktijken. Het gaat om de manieren waarop we de plaats en afmetingen van fenomenen in de wereld bepalen, afbakenen en weergeven. Dat gaat over topografie: wat ligt waar, hoe ver weg is het en hoe kun je er komen? Maar het gaat ook over inzicht in de ruimtelijke structuren van allerhande thema’s zoals bodemsoort, geologie, geomorfologie, landgebruik, demografie of transport. De cartografie specialiseert zich in de manieren waarop we (aspecten van) de wereld op kaart kunnen afbeelden. De vaardigheden, technieken en instrumenten die de cartografie hiervoor ontwikkelt en gebruikt, maken het mogelijk om afstand, omvang en richting meer of minder nauwkeurig te bepalen en zijn doorgaans gebaseerd op meetkundige coördinatenstelsels. Harvey neemt cartografische praktijken echter breder dan deze specialistische vorm van kennis. Ook ons ‘cartografisch’ bewustzijn valt eronder. Harvey verbindt dit aan het begrip *mental maps*: dat onderdeel van onze cognitie waar kennis over de ruimtelijke structuren van gebieden opgeslagen is. Daarnaast vinden we in teksten beschrijvingen van de ruimte. Dat kan om literaire passages gaan in een gedicht of roman maar ook om informatief materiaal zoals reisgidsen of krantenartikelen. De eerste structuur draait dus om hoe de ruimte is afgebeeld op kaart, in tekst en in ons denken.

2.1.2 Processen in tijd en ruimte

De tweede structuur gaat over kennis die ontspruit uit het denken over processen in ruimte en tijd. Dat geografen geïnteresseerd zijn in ruimte is een cliché. Maar volgens Harvey gaat het om meer dan dat. Ruimte staat niet los van tijd. Het draait daarom in de geografie om ruimtelijke dynamiek. Hoe ontwikkelen fenomenen zich ruimtelijk en temporeel? Hoe hangen tijd en ruimte samen met sociale en natuurlijke processen? Veel mensen zijn geneigd om het begrip ruimte te begrijpen als een fysieke dimensie die je uit kunt drukken in afstand; een kwantificeerbare leegte waarin de materiële wereld zich bevindt. Een wereld die je volgens de eerste structuur via cartografische praktijken kunt afbeelden op een kaart. Harvey stelt echter dat tijd-ruimte meer is dan dat. Het begrip heeft ook een inhoudelijke component die van belang is voor hoe we de wereld begrijpen en ervaren. De betekenis van het begrip is bovendien aan verandering onderhevig. De tijd die het kost om afstanden te overbruggen wordt bijvoorbeeld steeds kleiner. Niet alleen door innovaties in vervoerstechnieken maar ook door innovaties in communicatietechnologie. Met het vliegtuig ben je in een stief uur in Parijs, een e-mail arriveert in tienden van seconden aan de overkant van de oceaan. Tegenwoordig ervaren we afstand dus anders dan, zeg, honderd jaar geleden. De betekenis van tijd en ruimte verandert mee met mens en maatschappij. De tweede structuur draait om de manier waarop processen zich manifesteren in ruimte en tijd, maar ook om hoe ons denken over processen gevormd wordt door de contextafhankelijke betekenis die ruimte en tijd voor ons hebben.

2.1.3 Indeling van ruimte in regio's

De derde structuur levert kennis op door het indelen van ruimte in regio's. Regio moet je hier in abstracte zin opvatten. In concreto kun je ook spreken over bijvoorbeeld gebieden, territoria, landen of plaatsen. Binnen dit onderzoek zijn we in het bijzonder geïnteresseerd in regio's waarnaar we per conventie met een eigen naam (toponiem) naar verwijzen. In deze structuur gaat het erom dat je een aaneengesloten ruimte als een geografische entiteit beschouwt. Deze entiteit heeft bepaalde eigenschappen waardoor het een eenheid vormt. De wereld kunnen we op oneindig veel manieren indelen. Soms geven we een regio duidelijke grenzen, in andere gevallen blijven de grenzen vaag. We kunnen een regio definiëren op basis van homogene eigenschappen (zoals bodemtype of landgebruik) maar het is ook mogelijk om

regio's te onderscheiden op basis van relaties (zoals de relaties tussen kern- en perifere gebieden). De eigenschappen kunnen volledig materieel zijn (zoals de fysieke eigenschappen van het landschap) maar ook immaterieel (zoals de culturele eigenschappen van een plaats). Regio's zijn een product van enerzijds onze verbeelding van de ruimte en anderzijds ons handelen in de ruimte. Wij construeren regio's in ons denken maar produceren ze ook door de ruimte zowel materieel als sociaaleconomisch, cultureel en politiek-juridisch vorm te geven. Het gaat uiteindelijk niet om het indelen van ruimte in regio's *an sich* maar juist over de mogelijkheden die zo'n indeling opent. Denk bijvoorbeeld aan de manieren waarop je regio's met elkaar kunt vergelijken, hoe je kunt nadenken over de relaties tussen regio's of hoe je een bepaalde ontwikkeling van een regio kunt onderzoeken. De derde structuur draait dus om kennis die tot stand komt door regio's als bouwstenen te gebruiken in ons ruimtelijke denken.

2.1.4 Relatie tussen mens en omgeving

De laatste structuur draait om de symbiotische relatie tussen de mens en haar natuurlijke omgeving. Hoe hangt de levenswijze van een volk samen met hun woonplaats? Op welke manieren vormt een samenleving haar leefomgeving? De relatie tussen mens en natuur is in de geschiedenis van de geografie op verschillende manieren geconcipieerd. Causaliteit is een belangrijk concept in veel wetenschappelijk denken. Het idee is dat je fenomenen analyseert door deze uiteen te laten vallen in oorzaak en gevolg. In de geografie is het fysisch-determinisme van de Duitse geograaf Ratzel een voorbeeld van een theorie die verklaringen voor de eigenschappen van mens en samenleving zoekt in de causale krachten van de natuurlijke omgeving die op hen inwerken. Harvey staat echter een dialectische manier van begrijpen voor. Binnen de dialectiek is het idee dat fenomenen in een relatie tot elkaar staan van wederzijdse beïnvloeding. De mens beïnvloedt de omgeving en de omgeving beïnvloedt de mens. In situaties waarin bepaalde fenomenen in een dialectisch verband staan, helpt causaliteit je niet om te begrijpen hoe ze met elkaar samenhangen. Je moet juist inzicht krijgen in de dynamische relatie tussen de twee en de manieren waarop zij elkaar over en weer transformeren. De vierde structuur produceert kennis over de dialectische relatie tussen de mens en haar natuurlijke omgeving.

Harvey's kennisstructuren bieden een krachtige analyse van geografische kennis. Het is niet moeilijk om in te zien hoe de vier structuren met elkaar samenwerken. Met behulp van cartografische middelen (structuur 1) kunnen we de andere drie structuren in kaart brengen en analyseren. Aandacht voor de temporaliteit en ruimtelijkheid van processen (structuur 2) helpt ons tussen regio's te differentiëren en leidt tot inzicht in de onderliggende relaties tussen regio's (structuur 3). Om de relatie tussen mens en omgeving te doorgronden (structuur 4), moeten we aandacht besteden aan processen die zich in tijd en ruimte ontvouwen. Regio's op hun beurt bieden handvaten voor een geografische manier van denken (structuur 3). Met behulp van de regio als ruimtelijke eenheid kunnen we op verschillende schaalniveaus vragen stellen over ruimtelijke structuren, processen in tijd en ruimte, en de relaties tussen plaatsen (structuur 2). Regio's dragen bij aan onze kennis over de manieren waarop mens en omgeving met elkaar samenhangen (structuur 4) doordat het ons in staat stelt te differentiëren en te vergelijken tussen verschillende plekken op aarde. De kennisstructuren in hun samenhang vertellen ons iets over hoe geografische kennis in elkaar zit. Maar wat maakt deze vorm van kennis eigenlijk waardevol?

2.2 De kracht van geografie

Massey (1989) verheldert in haar inleiding voor de reader *Geography matters! A reader* wat de kracht is van een geografische benadering. Zij doet dat door de discipline vanuit een historische context te beschouwen. Geografische kennis is misschien zo oud als de mens zelf, de geografie als autonome wetenschappelijke discipline is betrekkelijk jong. Vanaf de jaren zeventig van de negentiende eeuw krijgt de geografie bestaansrecht als eigen discipline (een ontwikkeling die overigens niet los te zien is van het Europese nationalisme en de bijbehorende expansiedrift). De belangrijkste tak van geografie was in die jaren de regionale geografie die zich richtte op regio's en gebieden. De onderliggende gedachte was daarbij dat elke plaats uniek en bijzonder is. De identiteit van een regio komt voort uit de aanwezigheid en interactie van specifieke fysische, biologische, economische, sociale, culturele en politieke elementen. Een voorbeeld van deze benadering vormt de chorologie van Hettner. In de Raumwissenschaften bestuderen geografen:

“[...] vele categorieën van verschijnselen maar vanuit slechts één gezichtshoek, namelijk de ruimtelijke. De geograaf onderzoekt de wijze waarop bijvoorbeeld bodemkundige, economische en demografische verschijnselen op een van regio tot regio variërende wijze samenhangen.” (De Pater en Van der Wusten, 1996, p.119)

Op zich is er volgens Massey niets mis met deze ambitie. Echter, te vaak verzandde dit soort regionale geografie in een onsamenhangende verzameling feiten. Zo ontstond dan ook de reputatie van aardrijkskunde als steriel en geestdodend.

Dit ‘intellectuele zwaktebod’ leidde in de jaren zestig van de twintigste eeuw tot een tegenreactie: de ruimtelijke analyse. Geografie moest een echte wetenschap worden, geschoeid op positivistische leest. Geen bijzondere feiten verzamelen meer, maar algemene wetmatigheden formuleren. Geografen gingen wiskundige modellen opstellen van ruimtelijke interacties. De nadruk kwam te liggen op deductieve theorievorming op basis van een beperkt aantal axioma’s. De hypothesen die uit een theorie voortkwamen, moesten empirisch worden getoetst aan kwantitatieve data. Het bekendste voorbeeld hiervan is waarschijnlijk de centrale plaatsentheorie van Christaller (overigens uit 1932) die het aantal, de ruimtelijke spreiding en de grootte van nederzettingen probeert te verklaren middels een wiskundig model. Een van de wetten uit die theorie beschrijft bijvoorbeeld met een formule hoe groot een plaats is op basis van de plek die deze inneemt binnen het hiërarchische systeem. Volgens Massey raakt in een dergelijke benadering veel verloren. Allereerst alles dat niet kwantitatief meetbaar is. Maar het mes snijdt dieper. De geografie zonderde zich af van de andere sociale wetenschappen. Geografie werd:

“[...] a science of the spatial. The models of spatial interaction posited, either implicitly or explicitly, the notion of ‘purely spatial processes’. ‘Spatial effects’ (the geographical distribution of one thing) were deemed to be explicable by ‘spatial causes’ (the geographical distribution of another).” (Massey en Allen, 1989, p.3)

Paradoxaal genoeg hoefde je om geografie te bedrijven, je niet meer om de bijzonderheden van plaatsen te bekommeren; het draaide per slot van rekening om wetmatigheden die los van plaats overal geldig zouden moeten zijn.

Dat uitgangspunt bleek niet houdbaar. Ruimtelijke processen bestaan volgens Massey niet als zelfstandige entiteiten. Eerder gaat het om de ruimtelijke vorm van bijvoorbeeld sociale of economische processen. Als een geograaf ruimtelijke huisvestingspatronen wil begrijpen dan moet zij iets weten over de onderliggende politieke, sociologische en economische mechanismen van de woningmarkt. Een geograaf moet zich dus inhoudelijk verdiepen in andere vakgebieden. Maar de geograaf is niet ‘slechts’ de cartograaf van de sociale wetenschappen. De ruimtelijke structuren zijn namelijk niet alleen het resultaat van maatschappelijke processen. Welke ruimtelijke structuur een bepaald proces heeft, bepaalt namelijk ook hoe dat proces uitwerkt. Een inzicht dat volgens Massey binnen de sociale wetenschappen nog al eens ontbrak: “the other disciplines continued to function, by and large, as though the world operated, and society existed, on the head of a pin, in a spaceless, geographically undifferentiated world. (Massey en Allen, 1989, p.4)” Maar daarmee konden ze de fenomenen die ze bestudeerden maar ten dele begrijpen. De processen waar sociale wetenschappers onderzoek naar doen, ontstaan, bestaan en veranderen op een manier waar afstand, beweging en ruimtelijke differentiatie inherent een onderdeel van zijn.

Voorbeelden hiervan liggen voor een beetje geograaf voor het oprapen. Het idee dat globalisering een eenduidig proces van convergentie en uniformering is zoals auteurs als Friedman (zie bijvoorbeeld *The world is flat: A brief history of the twenty-first century*) betogen, gaat voorbij aan het feit dat globalisering op lokaal niveau nooit hetzelfde uitpakt (zie bijvoorbeeld McEwan, 2008, p.273-288). Voor de werknemer die in de Nike-fabriek in Vietnam gympen vervaardigt, heeft globalisering een radicaal andere uitwerking dan voor de verveelde puber in Nederland die op de betreffende schoenen rondloopt. Een ander voorbeeld is het ontwikkelingsmodel van Rostow dat het Westen als het summum van beschaving zag. De rest van de wereld zou dat Westerse ideaal op lineaire wijze kunnen bereiken via industrialisatie en economische hervormingen. De ongelijke spreiding van industriële productie tijdens de ‘global shift’ in de tweede helft van de twintigste eeuw laat echter zien dat simplistische modellen die abstraheren van lokale situaties weinig waard zijn (Potter e.a., 2008, p.148-150). De op Rostow geïnspireerde *structural adjustment programmes* (SAPs) die door spelers als de IMF en de Wereldbank gebruikt zijn om landen te hervormen hebben volgens veel auteurs dan ook meer kwaad dan goed gedaan (zie bijvoorbeeld Cornia en Stewart, 1987 en Pearson, 1992). Te meer bewijs dat een *one size fits all* oplossing voorbij gaat aan de weerbarstige invloed van geografische factoren.

Ook buiten de geografie kun je voorbeelden vinden die Massey's betoog ondersteunen. In de (overigens interessante) sociologische inleiding *Paradoxen van modernisering: een sociaal-wetenschappelijke benadering* van Van der Loo, Reijen en Adriaansens, 1993 gaat het over processen zoals modernisering, rationalisering, domesticering en individualisering. Wat opvalt bij het lezen ervan is een gebrek aan geografische inbedding. Neem bijvoorbeeld het proces van individualisering. De auteurs bespreken de maatschappelijke trend van de veranderende houding van het individu ten opzichte van het collectief. Zij constateren dat deze trend op verschillende manieren geïnterpreteerd is in de sociologie: "Tegenover optimistische beschouwingen die het karakter van 'hoera-individualisme' aannamen, stonden pessimistische analyses die eerder in de richting van een 'klaag-moralisme' tenderden. (ibid., p.230)" Op zich een genuanceerd betoog, toch is het verhaal ook onbevredigend. Want hoe krijgt dit proces concreet vorm van plaats tot plaats? Is er een verschil tussen bijvoorbeeld van origine protestantse en katholieke gemeenschappen? Tussen stad en platteland? Tussen monofunctionele plaatsen zoals de textielstad Enschede en pluriforme kernen zoals Amsterdam? Of als dat verschil niet groot genoeg is, tussen Nederland en China? Na het lezen weten we eigenlijk nog maar weinig over hoe dit proces concreet vorm krijgt in de wereld.

Volgens Massey draait het hier om het theoretische probleem van hoe je het unieke analyseert. Geografen bestuderen variatie: elke plaats is uniek. Tegelijkertijd is het niet wenselijk om in het unieke te blijven hangen. We willen grip krijgen op de achterliggende processen en structuren zonder het individuele uit het oog te verliezen. Wetenschappers hebben hier altijd moeite mee gehad:

"Too often a solution has been sought through an uneasy, and untenable, juxtaposition of two kinds of explanation. On the one hand, the 'general', whether it be in the form of immanent tendencies or empirically identified wider processes, is treated in deterministic fashion. On the other hand, since the infinite variety of reality does not in fact conform to this logic, additional factors are added on, in ad hoc and descriptive fashion, to explain (explain away) the deviation. (Massey en Allen, 1989, p.9)"

Maar – zegt Massey – variatie is de norm. Generieke processen bestaan niet in een pure vorm. Deze processen vinden altijd plaats onder specifieke lokale omstandigheden. Deze specifieke omstandigheden zijn van invloed op hoe generieke processen zich ontvouwen. Dit is een ontzettend belangrijk inzicht. Zonder geografie ben je gedoemd tot een onvolledig begrip van de wereld. Een geografisch perspectief is nodig om tot een synthese te komen van het unieke en het algemene. Welke vorm en inhoud een generiek proces zoals globalisering krijgt, is afhankelijk van de lokale context en verschilt daarmee van plaats tot plaats. De kracht van de geografie is dat zij het concrete en het abstracte met elkaar verenigt door te bestuderen hoe verschillende processen samenkomen in een bepaalde plaats.

2.3 Educatief perspectief

De bovenstaande paragrafen zijn hoofdzakelijk gebaseerd op Harvey's en Massey's inzichten. Zij zijn zeker niet de enigen die vergelijkbare ideeën formuleren (zie bijvoorbeeld: [Hanson, 2004](#); [Martin, 2005](#); [De Blij, 2009](#)). Hoe kunnen we hun ideeën toetsen? Een veelbelovende plek om te zoeken is de onderwijsgeografie. Geografen die zich met onderwijs bezighouden, zullen onder andere goed moeten nadenken over de inhoud, de leerdoelen en het nut van het vak. Zij zijn wat dat betreft experts in kennis. Hoe kijken zij aan tegen de geografische benadering? [Favier en Van der Schee, 2014](#) geven in de bespreking van hun onderzoek naar het gebruik van geo-ruimtelijke technologie in de les een behulpzaam kader dat gebaseerd is op geografisch-pedagogische literatuur. Deze geo-ruimtelijke technologie valt onder Harvey's eerste structuur: het gaat hier om nieuwe manieren om geografie te verbeelden via GIS en andere ICT. Zij zijn in hun onderzoek op zoek naar manieren om leerlingen te leren hoe ze op een ruimtelijke manier kunnen analyseren en redeneren. Voor hen is het dus van belang om duidelijkheid te verschaffen over wat een ruimtelijke manier van denken precies inhoudt.

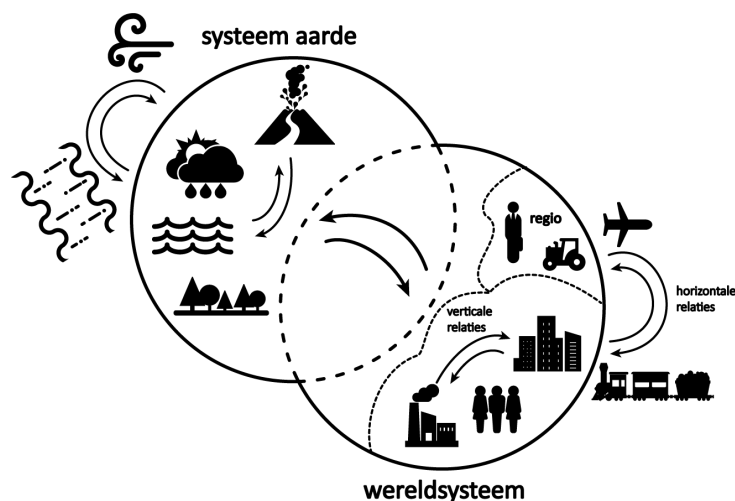
Een ruimtelijk denkvermogen verbinden zij aan het systeemdenken. Binnen de systeemwetenschap probeer je fenomenen op een holistische manier te begrijpen. Fenomenen zijn onderdeel van een groter systeem waarbij alle elementen met elkaar verbonden zijn. Iets dat invloed uitoefent op een element in het systeem heeft – doordat alle elementen met elkaar verbonden zijn – ook invloed op de andere elementen van het grotere geheel. Binnen het systeemdenken zie je zaken dus altijd in hun verband in plaats van

op zichzelf. Een geografische manier van denken is volgens Favier en Van der Schee een vorm van systeemdenken die de aarde als natuurlijk systeem, de wereld als menselijk systeem en de relaties tussen deze beide systemen beschouwt. In Nederland is er een arbeidsverdeling: de fysische geografie bestudeert de aarde als natuurlijk systeem, de sociale geografie de wereld als menselijk systeem. Favier en Van der Schee maken echter duidelijk dat beiden eigenlijk niet zonder elkaar kunnen. Ook Harvey maakt een vergelijkbaar punt met de vierde kennisstructuur. Het holistische karakter dat ze het geo-denken toeschrijven vinden we terug bij Massey. Zij benadrukt dat het in de geografie gaat om de samenhang tussen verschillende systemen en processen.

Favier en Van der Schee benoemen vervolgens twee typen relaties die binnen deze systemen te vinden zijn: verticale en horizontale. Verticale relaties vinden we binnen regio's. Het gaat dan om relaties tussen verschillende eigenschappen binnen een gebied, bijvoorbeeld de relatie tussen economie, politiek en demografie. Horizontale relaties gaan over verbindingen tussen verschillende gebieden, bijvoorbeeld migrantenstromen, transportnetwerken of financieel verkeer. Daarbij kan een verandering binnen een gebied leiden tot een verandering binnen een ander gebied. Het bedrijven van geografie behelst dus een relationele manier van denken: het gaat enerzijds om hoe verschillende plaatsen en gebieden met elkaar verbonden zijn, en anderzijds om hoe verschillende processen en verschijnselen binnen een bepaalde plaats of gebied met elkaar samenhangen. Het analyse-niveau van een geo-ruimtelijke manier van denken zijn concrete geografische eenheden zoals regio's, plaatsen, steden, etc. Hier komen we Harvey's tweede en derde structuur dus tegen. Op basis hiervan kunnen we een globaal conceptueel model opstellen van wat een geografische manier van denken inhoud (zie [figuur 2.1](#)).

Het examenprogramma aardrijkskunde voor havo en vwo in de tweede fase ([Commissie Aardrijkskunde Tweede Fase, 2003](#)) biedt eveneens een aardig onderwijsgeografisch perspectief op geografische kennis. Zij beginnen met het nut van het vak. Volgens hen is geografie nodig om de hedendaagse werkelijkheid te begrijpen: "Kennis van de wereld waarin complexe samenhangen, zoals de wisselwerking tussen natuur en samenleving, hun plaats krijgen. ([ibid.](#), p.10)" Het doel van het programma is om jongeren te oriënteren op een globaliserende wereld waarin 'dichtbij' en 'veraf' steeds meer samenkomen. De geografische manier van denken biedt jongeren een kader om kritisch na te denken over die veranderende wereld en hun plaats daarin. Dit is in een democratische samenleving van groot belang omdat je een geïnformeerde

Figuur 2.1: Schematische weergave van de geografische denkwijze volgens Favier en Van der Schee, 2014



burger moet zijn om succesvol in het politieke proces te kunnen participeren. Het programma is opgedeeld in verschillende domeinen. Het eerste domein is voor dit hoofdstuk het meest relevant en gaat over de geografische benadering en geografisch onderzoek. Daarnaast kent het programma ook een inhoudelijke component waarin deze vaardigheden in de praktijk worden toegepast op een regio en op de eigen leefomgeving.

Het examenprogramma deelt de geografische benadering op in drie soorten vaardigheden. De eerste vaardigheid verwijst naar het gebruik van de atlas. Maar ook andere bronnen zoals teksten, beelden en cijfers kunnen geografische informatie bevatten. Het is van belang om te kunnen bepalen wat het doel van het bronmateriaal is, wie de zender is en wie de doelgroep is. De tweede vaardigheid is het stellen van geografische vragen. Een geografische vraag ([Commissie Aardrijkskunde Tweede Fase, 2003, p.77](#)) gaat over:

- Verschijnselen en processen die ongelijkmatig over de aarde verspreid zijn en daardoor bijdragen aan het unieke karakter van gebieden;
- Verschillen tussen gebieden en hun onderlinge afhankelijkheid;
- Vraagstukken waarvoor mensen die in een specifiek gebied leven, zich geplaatst zien.

De derde vaardigheid bestaat uit het beantwoorden van dit soort geografische vragen middels een geografische werkwijze. In het examenprogramma onderscheiden ze een aantal verschillende benaderingen om geografische vragen te beantwoorden ([Commissie Aardrijkskunde Tweede Fase, 2003](#), p.80):

1. Verschijnselen en gebieden in ruimte en tijd vergelijken.
2. Relaties leggen tussen natuur en samenleving.
3. Relaties leggen tussen ruimtelijke structuur en gedrag.
4. Verschijnselen en gebieden vanuit verschillende dimensies (natuur, economie, politiek, cultuur) beschrijven en analyseren met aandacht voor hoe deze dimensies invloed uitoefenen op elkaar.
5. Verschijnselen en gebieden in hun geografische context plaatsen door de relevante onderdelen en de grotere gehelen te benoemen.
6. Verschijnselen en gebieden op verschillende ruimtelijke schaal beschrijven en analyseren.
7. Verschijnselen en gebieden beschrijven en analyseren door relaties te leggen tussen het bijzondere en het algemene.

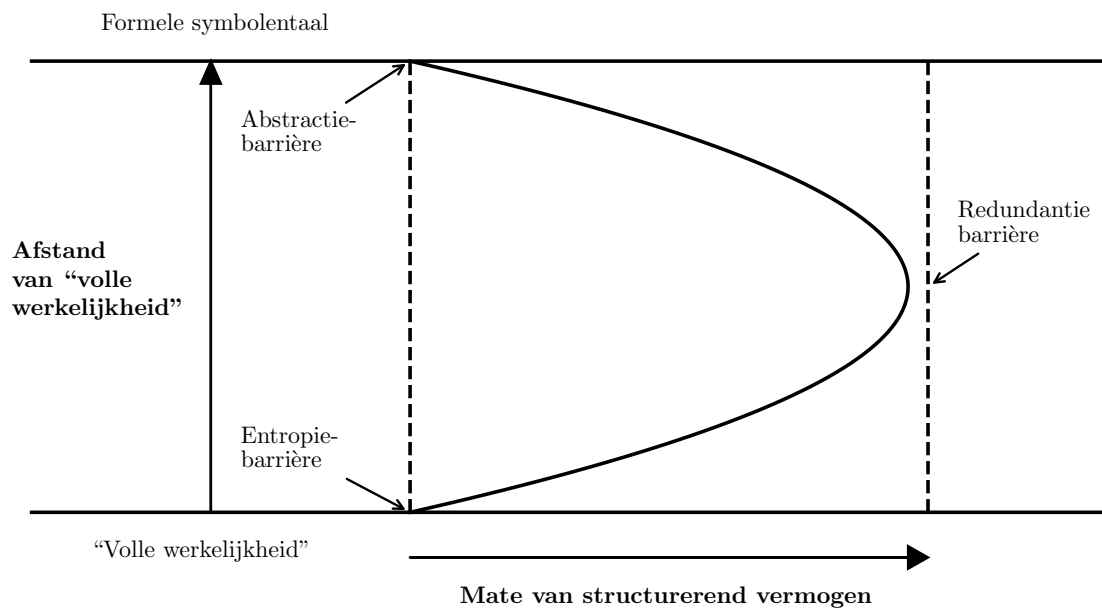
De vaardigheden uit het examenprogramma zijn direct te koppelen aan Harvey's en Massey's inzichten en de geo-ruimtelijke manier van denken zoals Van der Schee en Favier deze uiteenzetten. De eerste vaardigheid verwijst naar het bronmateriaal dat een geograaf tot haar beschikking heeft. Dit bronmateriaal kenmerkt zich door een bepaalde plaatsgebondenheid (cartografisch of regionaal). De tweede vaardigheid zegt iets over de inhoud van de geografische benadering. Het gaat over de plaatselijke synthese van het unieke en het algemene, over de samenhangen binnen het wereldsysteem en het systeem aarde, en over de relaties tussen deze twee systemen. De derde vaardigheid legt uit hoe je inzicht kunt krijgen in deze inhoudelijke thema's. Wat het examenprogramma dus toevoegt aan dit verhaal, is een concrete invulling van de gereedschappen die een geograaf tot haar beschikking heeft. Bovendien is de aandacht voor schaalniveaus aardig—zowel ruimtelijk als temporeel.

2.4 Contrageografieën

Als wat hier besproken is over de geografische benadering klopt, dan zegt dat ook iets over de wereld waarin we leven. Deze bezit een onuitputtelijke complexiteit; alles hangt met alles samen—als je maar diep genoeg graaft. Aardig in dit licht is de structureringscurve van Van der Vaart, 1991 (zie figuur 2.2). Het idee is dat kennis structuur aanbrengt in een eindeloos complexe werkelijkheid. Het structureringsvermogen van kennis geeft overzicht van en inzicht in samenhangen in de werkelijkheid. Onze kennis heeft twee limieten. Aan de ene kant heb je de abstractiebarrière. Het gaat dan om volstrekt formele symbolenstelsels (zoals de logica of theoretische wiskunde) die zo abstract zijn dat ze niks doen om de werkelijkheid te structureren. Aan de andere kant heb je de entropiebarrière. Het gaat dan om empirische gegevens die zó gedetailleerd en uniek zijn dat ze je ook niet helpen om structuur aan te brengen in de wereld om ons heen. Als we terugdenken aan Massey's betoog dan kunnen we de ruimtelijke analyse ergens in de buurt van de abstractiebarrière plaatsen, terwijl de chronologische traditie meer in de buurt van de entropiebarrière ligt. Het echte structurerende vermogen vindt plaats als we het generieke met het specifieke met elkaar in verbinding brengen.

De structureringscurve van Van der Vaart zegt iets over het fragmentarische karakter van onze kennis: het is niet mogelijk om de wereld volledig en permanent te doorgronden. Kennis is net als processen en structuren plaats- en tijdgebonden en daardoor relatief. Dat brengt ons tot het laatste punt in dit hoofdstuk. De complexiteit van de realiteit en de plaatsgebondenheid van kennis heeft gevolgen voor hoe je met kennis zou moeten omgaan. Het betekent dat bij kennis een genuanceerd verhaal en een kritische houding hoort. Gregory, 2005 buigt zich over publieke geografische kennis. Wat hem betreft ontbreekt die nuance en kritische houding maar al te vaak. Hij stelt: “[...] while geographical knowledges circulate through different publics, they often function not to provoke or inform public debate but to close it off. (ibid., p.183).” Dit hangt samen met de manier waarop beleid- en opiniemakers hun kennis presenteren. Claims van technocratische expertise, wetenschappelijkheid of *common sense* verbergen de fragmentatie en meervoudigheid van onze kennis. Het gevolg is dat bepaalde groepen niet worden gehoord—of erger nog verketterd. Als voorbeeld daarvan noemt hij het Oriëntalisme en de invloed ervan op publieke opinie in tijden van 9/11 en de Tweede Golfoorlog:

Figuur 2.2: Structureringscurve



Bron: Van der Vaart, 1991

“Imaginative geographies are powerful rhetorical weapons precisely because they fold difference into distance. Yet they do not only produce a series of performative spacings between ‘us’ and ‘them’, ‘white’ on ‘black’: their topologies also produce a vast grey zone in which indifference is folded into indistinction.” (Gregory, 2005, p.186)

De oplossing zoekt Gregory in ‘contrageografieën’. Ten eerste roept hij op tot het maken van *contextuele* geografieën die tegenwicht bieden aan de abstracties die plaatsvinden in geografische informatie in de media. Neem berichtgeving over de Golfoorlog of de burgeroorlog in Syrië. Tegenover Kabul of Homs als naam op een kaart moet het verhaal komen van de verwoeste gebouwen en de getroffen mensen die er wonen. Het zijn echte steden waar echte mensen wonen met hun eigen complexe levens, aspiraties en dromen. Dat verhaal verdwijnt maar al te makkelijk uit beeld. Erger nog, de ‘ander’ kan ook worden gedemoniseerd of weggezet als achterlijk. Dit soort simplistische stereotyperingen wil Gregory vervangen met *contrapuntische* geografieën die juist benadrukken op welke manieren onze levens met elkaar verstrengeld zijn. Daarbij geldt dat ‘onze’ levens even belangrijk (of onbelangrijk) zijn als die van ‘hen’. De pijn en het leed dat ons is aangedaan – hoe naar ook – is niet *bijzonder*. Als we sympathie voor onszelf vragen dan moeten we dat ook aan de ander geven. Dit moreel adagium vat Gregory samen in de term *kosmopolitische* geografieën. Dit zijn geografieën die ook aandacht schenken aan de beleving en ervaringen van degenen die verder van ons vandaan wonen. Om recht te doen aan het perspectief en de menselijkheid van anderen is het tot slot nodig dat wij met hen samenwerken. Wij hebben geen gepri- vilegieerde blik die ons in staat stelt de ander te doorgronden. Alleen door samen te werken, hebben we een kans om nader tot elkaar te komen. Dit hoopt Gregory te bereiken middels *collaboratieve* geografieën.

Dogra’s werk (2012) over de manieren waarop internationale niet-gouvernementele organisaties (INGO’s) armoede weergeven in hun campagnes vertelt een sterk verhaal over hoe geografische kennis te kort kan schieten. In de informatie die INGO’s produceren is aandacht voor context geen vanzelfsprekendheid: “[...] INGOs’ public messages construct ideas of difference and distance through dehistoricised and depoliticised framings of the causes of global poverty. (ibid., p.74)” De oorzaak voor armoede in de ‘Derde Wereld’ moeten we zoeken in natuurlijke rampen en lokale omstandigheden zoals corruptie en oorlog, is de impliciete boodschap. Aandacht voor de his-

torische en geopolitieke context ontbreekt. Welke rol het kolonialisme en het internationale kapitalisme hebben gespeeld (en spelen) in de ontwikkeling van deze landen blijft buiten beschouwing. Terwijl dat juist zou duidelijk maken hoezeer hun lot is verstrengeld met de onze. Daarbij produceren INGO's een verstoord beeld van de mensen die in ontwikkelingslanden leven. Ten eerste bestaat er een grote voorkeur voor passieve vrouwen en kinderen die als hulpeloze slachtoffers worden afgebeeld. Mannen zijn opvallend afwezig. Als ze in beeld komen dan vooral als corrupte leiders of gewelddadige guerrillastrijders. Het gebrek aan aandacht voor de werkelijke diversiteit en complexiteit leidt tot kwalijke stereotyperingen. Door een beroep te doen op een universeel kosmopolitisme verbinden INGO's de Westerse wereld met de *Global South*. Zo'n universalistische benadering maakt van armoede een moreel probleem waarbij de historische en politieke context verdwijnt. Tot slot hebben de mensen die afgebeeld worden in de campagnes van INGO's zelf weinig in te brengen over de manieren waarop dat gebeurt. De beeldvorming die INGO's produceren zijn wat dat betreft dus niet collaboratief.

Vanuit het oogpunt van educatief ontwerp maakt Van der Vaart een vergelijkbaar punt. Hij stelt ten eerste: "Niet-oordeelkundig gebruik van wetenschappelijke kennisgehelen zou tot de foutieve ideeën kunnen leiden dat deze absolute bruikbaarheid bezitten bij de duiding van bepaalde verschijnselen, deze verschijnselen in hun volledigheid omvatten en dat ze een 'objectieve' richtlijn bieden voor praktisch kiezen en handelen. (Van der Vaart, 1991, p.107)" Hij geeft vervolgens drie principes die tegenwicht moeten bieden aan deze neiging: relativering, contextverrijking en waardering. Relativering houdt in dat je de geconceptualiseerde verbanden nuanceert door te laten zien dat ze niet volledig opgaan. Daarmee relativeer je de zeggingskracht van generaliserende uitspraken. Contextverrijking houdt in dat je andere contexten aanhaalt die buiten je conceptenstructuur liggen maar er wel mee verbonden kunnen worden. Zo laat je zien dat de situatie in werkelijkheid complexer is dan gepresenteerd. Waardering, tot slot, houdt in dat je aandacht schenkt aan de verschillende betekenissen en waarden die mensen hechten aan de besproken verbanden.

Hoofdstuk 3

Journalistiek

De geschiedenis van de moderne journalistiek verbindt men (in ieder geval in het Westen) vaak met de heroïsche strijd tegen het gezag en vóór politieke en economische vrijheid. Zo legt Hargreaves in *Journalism: a very short introduction* de geboorte van de moderne journalistiek in de reformatie:

The narrative starts with the Reformation, when Protestants split from the censorious authority of Rome, and runs through the English Civil War (1642–8), when republicans and dissenters toppled monarchists, spurred on by the first great tract in the cause of free expression, John Milton’s Areopagitica with its radicalizing plea: ‘Give me the liberty to know, to utter and to argue freely according to conscience, above all liberties.’ (Hargreaves, 2014, p.24)

Maar de behoefte aan nieuws is uiteraard veel ouder dan dat (Kussendrager en Van der Lugt, 2017, p.24). Vóór de opkomst van de krant verspreidde nieuws zich mond-op-mond in koffiehuizen van haven- en handelssteden of bijvoorbeeld door brieven die kooplieden en diplomaten aan hun superieuren schreven. In de Romeinse tijd maakten de keizers hun besluiten bekend via zogenaamde *acta diurna*: grote uithangborden die op prominente plekken in Rome werden opgehangen. China kende de *tipao’s* waarin de dynastie informatie deelde met lokale machthebbers. In Europa waren in de vijftiende eeuw in rijm opgestelde pamfletten te koop waarin je kon lezen over bloedige veldslagen en andere sensationele gebeurtenissen. In de zestiende eeuw circuleren in Venetië ‘Gazettes’ waarin verslag werd gedaan van het nieuws dat kooplieden meebrachten.

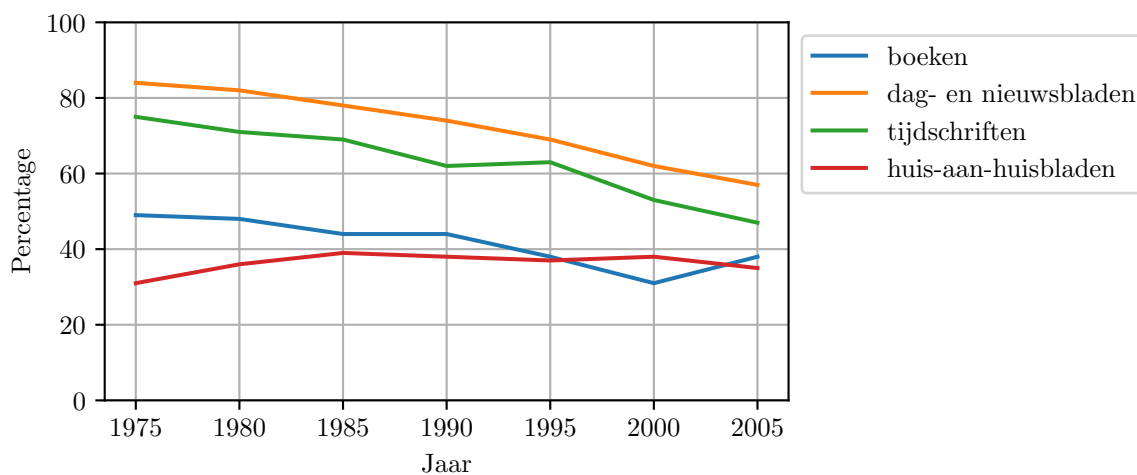
De eerste kranten verschijnen in Europa in de loop van de zeventiende eeuw (Kussendrager en Van der Lugt, 2017, p.24) — ook in Nederlandse steden zoals Delft (1619), Arnhem (1621) en Haarlem (1656). In de negentiende eeuw begint de bloeitijd van de Nederlandse dagbladpers. Vanaf dan stijgt het aantal kranten snel. Factoren die hier een rol in spelen zijn: de afschaffing van belasting op papier en advertenties, de verankering van de vrijheid van meningsuiting en drukpers in de grondwet, een groeiende koopkrachtige en geletterde bevolking en verbeterde druktechnieken (*ibid.*, p.26). In de twintigste eeuw speelt de verzuiling een bepalende rol in het Nederlandse krantenaanbod. Elke zuil heeft zo zijn eigen krant en zo is elke krant verzekerd van een vast en afgebakend lezerspubliek. De Volkskrant was een katholieke krant, de Trouw volgde een protestants koers en de Telegraaf behoorde tot de liberale zuil. De ontzuiling die plaatsvindt vanaf de jaren zestig schopt die zekerheden in de war. De verschillen tussen de kranten worden vanaf dan kleiner (*ibid.*, p.27).

Vanaf de jaren negentig krijgen kranten te maken met teruglopende oplagecijfers; landelijke dagbladen hebben tussen 1981 en 2003 te maken met een daling van 8%, regionale kranten met een daling van zelfs 19% (Buijs, 2014, p.7). Deze daling zet zich ook daarna door. Deze trend hangt samen met een algemener proces van ontleding waarbij Nederlanders vanaf de jaren zestig steeds minder zijn gaan lezen (figuur 3.1). Overigens is ontleding vooral onderzocht vanuit gedrukte media. Er vindt echter een verschuiving plaats naar digitale media:

Ontwikkelingen in het mediagebruik van ouderen en jongeren vertonen grote verschillen. Waar oudere generaties hun mediagebruikspatronen niet zomaar aan de kant zetten, groeit er aan de andere kant van het leeftijdsspectrum een ‘digitale generatie’ zonder nostalgische gevoelens bij gevestigde instituties als het dagblad en de publieke omroep. (Huysmans en De Haan, 2010, p.58)

Onderzoek uit 2019 naar het mediagedrag van Nederlanders (Waterloo, Wenekers en Wiegman, 2019) laat dan ook zien dat mensen steeds meer online zijn gaan lezen. Hiermee komt het journalistieke verdienmodel voor traditionele media onder druk te staan. Een van de gevolgen van de dalende oplagecijfers zijn verschillende fusies tussen uitgeverijen. De grootste is de fusie tussen Wegener en PCM die tot gevolg heeft dat zeven regionale kranten opgaan in het Algemeen Dagblad (Kussendrager en Van der Lugt, 2017, p.29).

Figuur 3.1: Percentage van de Nederlandse bevolking (12 jaar en ouder) dat ten minste een kwartier per week gedrukte media leest



Bron: Huysmans en De Haan, 2010

Het aantal dagbladuitgevers daalt zo in drie decennia van dertig naar tien (Buijs, 2014, p.10). Teruglopende inkomsten hebben onder andere tot gevolg dat uitgevers op redacties bezuinigen en onderdelen van het journalistieke proces *outsourcen* (Deuze, 2008). De weerslag hiervan zien we onder andere in het dalende aantal buitenlandcorrespondenten (Sambrook, 2010, p.13) en de commercialisering van de nieuwsmarkt (Vermaas en Janssen, 2009, p.11). Binnen de context van dit onderzoek roept dat uiteraard de vraag op in hoeverre dagbladen in dit tijdsgewricht hoogwaardige (geografische) informatie kunnen produceren?

Dit hoofdstuk zal eerst een beknopt overzicht geven van het journalistieke proces en de actoren die binnen dat proces actief zijn. Vervolgens wordt ingegaan op de relatie tussen journalistiek en geografie. Omdat dit onderzoek zich richt op Nederlandse dagbladen zal de nadruk hierbij liggen op de ‘gedrukte’ pers. De onderzochte kranten hebben allen echter ook een website waar hun nieuws te lezen is. Verschillende actoren zijn in het nieuwsproces actief (zie figuur 3.2). In dit onderzoek ligt de focus op het nieuws dat journalisten en hun redacties in de krant maken (paragraaf 3.1). Omdat er weinig literatuur aanwezig is waarin de relatie tussen journalistiek en geografische kennis (zoals uitgewerkt in hoofdstuk 2) is uitgediept, zal vervolgens op basis van een

aantal interviews met journalisten/redacteuren hier een verkennend kader worden opgesteld (paragraaf 3.2). De uit de interviews verworven inzichten zullen gebruikt worden om de hypothesen (paragraaf 4.1.3) in dit onderzoek te formuleren.

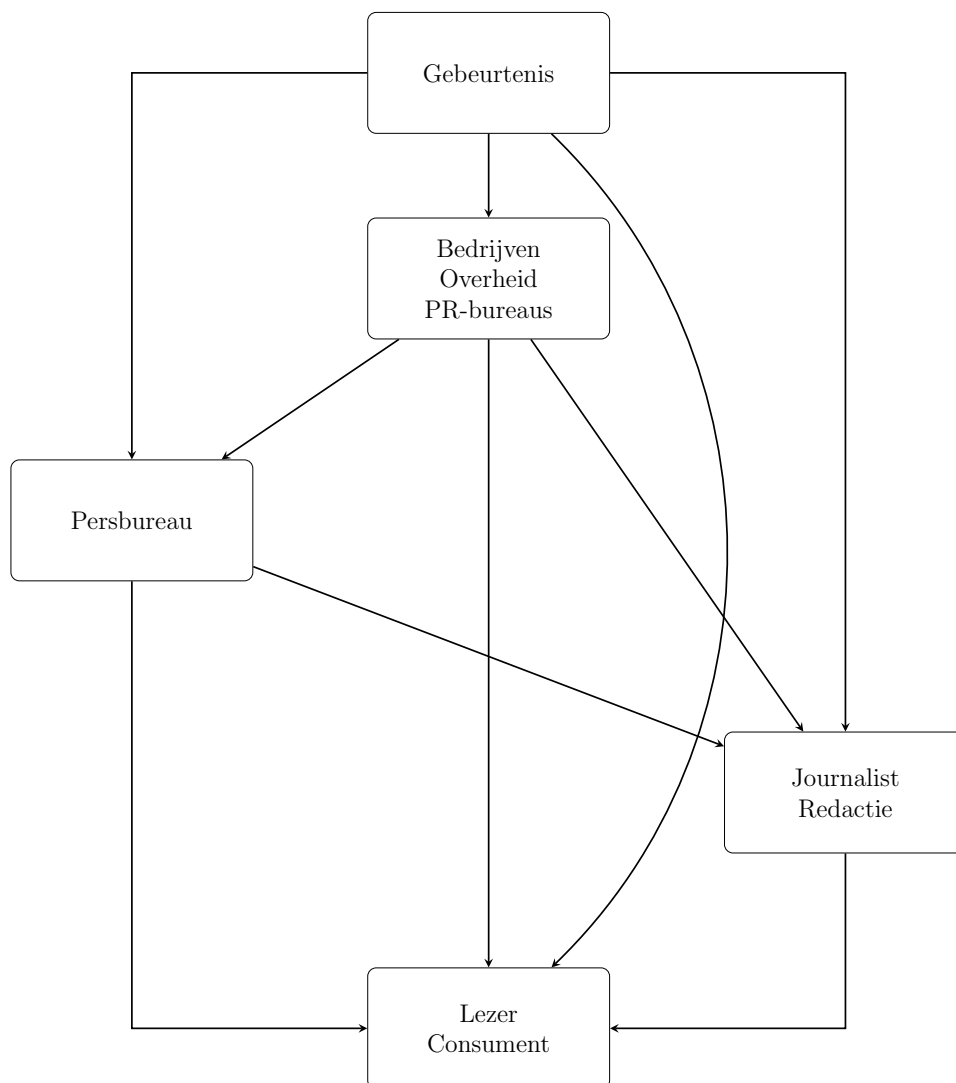
3.1 Het journalistieke proces bij dagbladen

In de inleiding van dit hoofdstuk is al in vogelvlucht een overzicht gegeven van de geschiedenis van de krant in Nederland. Deze paragraaf zal kort ingaan op de journalistiek in de moderne tijd. Zoals in de inleiding al voorbij kwam, is de maatschappelijke context waarbinnen kranten opereren in de afgelopen decennia ingrijpend veranderd. De ontzuiling heeft geleid tot een grotere fragmentatie in individuele en maatschappelijke voorkeuren en verwachtingen. Ook technologische ontwikkelingen waarin connectiviteit en interactiviteit centraal staan, zetten de traditionele manier van werken verder onder druk. In zijn proefschrift “Perspectief voor publiek en professie: De waarde van civiele journalistiek in het netwerkmodel” vat Drok deze ontwikkelingen als volgt samen:

De nieuwsmarkt verandert van een monopolie in een markt van volledige mededinging met vele nieuwsaanbieders, in de vorm van onder meer burgerjournalisten, aggregators en organisaties die in toenemende mate rechtstreeks informatie en opinies verspreiden, dus zonder journalistieke tussenkomst. In plaats van schaarste aan informatie is er eerder sprake van informatieoverloed, zeker in het segment van het snelle nieuws. Aan de ontvangerskant maakt het massapubliek voor een belangrijk deel plaats voor communities, waarin de gebruiker een actievere rol zou kunnen spelen. (Drok, 2016, p.17)

Deze ontwikkelingen leiden tot een grotere verscheidenheid in het nieuwsaanbod. Interessant genoeg is er tegelijkertijd een tegenovergestelde beweging gaande die juist leidt tot een toenemende eenvormigheid in het nieuws (Deuze, 2008, p.10). Nieuwsorganisaties hielden elkaar altijd al nauwlettend in de gaten. Maar met de komst van het internet is dat proces nog makkelijker geworden. Belangrijke primeurs kunnen direct van een concurrent worden overgenomen. Daarnaast leiden fusies ook tot een sterkere coherentie binnen nieuwsorganisaties:

Figuur 3.2: Actoren in het nieuwsproces volgens Vermaas en Janssen, 2009



Intra-institutional news coherence happens when the departments of converging or newly converged organizations synchronize their news agendas, use a common story budgeting system, and coordinate the workflow across departments using a single content management system – a piece of software that enables automatic transfers and design of text, images, video and audio. (Deuze, 2008, p.10)

Verder lijkt het vertrouwen in de traditionele media in recente jaren af te brokkelen (zie bijvoorbeeld [Otto en Köhler, 2018](#)). Deze ontwikkeling lijkt eveneens samen te hangen met het feit dat de manier waarop wij media consumeren radicaal is veranderd door de invloed van nieuwe technologieën. Daarnaast is er ook een verband met de opkomst van politiek populisme waarbij rechtse politici kritiek uitoefenen op journalistieke instituties en hun betrouwbaarheid openlijk in twijfel trekken. De journalistieke realiteit is dus buitengewoon complex. Het is binnen het bestek van dit onderzoek niet mogelijk om recht te doen aan alle verschillende facetten die een rol spelen in deze dynamiek. In het vervolg van deze paragraaf zullen we stil staan bij de belangrijkste entiteiten binnen het krantenbestel: de krant (en de rol van het persbureau), de redactie, de journalist en de correspondent.

3.1.1 Kranten

In het verleden was het produceren en distribueren van kranten vooral een activiteit van drukkers. Tegenwoordig gebeurt dat door moderne bedrijven die doorgaans eigendom zijn van de aandeelhouders. Sommige kranten zijn onderdeel van multinationale concerns, andere zijn bezit van een paar families. De belangrijkste spelers in Nederland zijn Telegraaf Media Groep (TMG), Mecom en De Persgroep ([Kussendrager en Van der Lugt, 2017](#), p.15). Hoewel de eigenaren in Nederland niet direct invloed uitoefenen op de redactionele koers van de krant, kunnen zij bij tegenvallende commerciële resultaten de redactie wel ontslaan. Daarnaast hebben de redactionele budgetten gevolgen voor het nieuws dat een krant kan produceren. Het kost per slot van rekening geld om journalisten op pad te sturen, om ze tijd te geven om een onderwerp te onderzoeken, om diensten van derden in te huren, etc.

Kranten kunnen zich op verschillende kenmerken van elkaar onderscheiden ([ibid.](#), p.19):

1. verschijningsfrequentie;
2. verspreidingsgebied: regionaal of landelijk;
3. tijdstip van verschijnen;
4. inhoud en kwaliteit;
5. functie;
6. doelgroep: algemeen of gespecialiseerd;
7. formaat.

Dit onderzoek kijkt naar de Telegraaf, de Volkskrant, Trouw en de Leeuwarder Courant. Deze kranten hebben dezelfde verschijningsfrequentie (zes dagen per week), verschijnen (tegenwoordig) alle vier in de ochtend in tabloidformaat en richten zich op een algemeen lezerspubliek. De Leeuwarder Courant onderscheidt zich van de andere kranten omdat het een regionale krant is die wordt geproduceerd in de gemeente Leeuwarden. De overige kranten zijn landelijke dagbladen. Verder worden Trouw en de Volkskrant beschouwd als kwaliteitskranten. De Telegraaf is daarentegen een populaire krant waarbij de amusementswaarde een grotere rol speelt. Deze krant brengt naast 'hard' nieuws ook verhalen over mode, auto's, showbizz, etc. Overigens is het kwaliteitsverschil relatief. In vergelijking met de sensatiepers in Engeland – die zelden serieus nieuws brengen – is de Telegraaf zondermeer als een kwaliteitskrant te beschouwen.

Voordat we verder inzoomen op de actoren die de krant maken, is het zinvol om stil te staan bij de rol die het persbureau speelt in het journalistieke proces. Het persbureau verzamelt en verspreidt nieuws onder de verschillende media die dit nieuws zelf gebruiken en verwerken in hun eigen nieuwsproductie. Op deze manier bepaalt het persbureau voor een belangrijk deel welk nieuws er in de krant komt. In Nederland is het Algemeen Nederlands Persbureau (ANP) het belangrijkste persbureau voor dagbladen, terwijl de Geassocieerde Pers Diensten (GDP) zich vooral richten op een nieuwspakket voor regionale kranten (Vermaas en Janssen, 2009, p.15). Voor buitenlands nieuws zijn de Nederlandse persbureaus sterk afhankelijk van belangrijke buitenlandse persbureaus zoals het Britse Reuters, de Amerikaanse Associated Press (AP) en United press International (UPI), en het Franse Agence Press (AFP) (ibid., p.10).

3.1.2 Redacties

Grotere kranten bestaan doorgaans uit meerdere afdelingen zoals directie, drukkerij, distributie, advertentieafdeling en klantenservice. Het journalistieke proces voltrekt zich binnen de redactie van een krant:

De redactie is de spil van het medium. Journalisten verslaan gebeurtenissen, selecteren nieuwsonderwerpen, produceren en verwerken informatie. Redacties smeden de informatie tot een geheel. Ze maken er een krant, een tv-journaal, een website of een actualiteitenrubriek van. De redactie is het collectief dat het nieuws-medium produceert; een nieuwsmedium dat door zijn continuïteit in stijl, toon en karakter herkenbaar en vertrouwd is voor zijn gebruikers. (Buijs, 2014, p.13)

De redactie is hiërarchisch opgebouwd (Kussendrager en Van der Lugt, 2017). De hoofdredacteur geeft leiding aan de hoofdredactie die op haar beurt onderverdeeld is in meerdere deelredacties (of rubrieken). Deze zijn doorgaans vernoemd naar het onderwerp waarvoor ze verantwoordelijk zijn zoals bijvoorbeeld een binnenlandredactie, buitenlandredactie, parlementaire redactie, financieel-economische redactie etc. Regionale kranten hebben ook zogenaamde editieredacties die verantwoordelijk zijn voor aparte edities voor een bepaalde stad, dorp of streek.

De redactie vervult verschillende functies binnen het journalistieke proces (Buijs, 2014). De redactie is allereerst een eenheid die zorgt voor de continuïteit van de dagelijkse nieuwsproductie. Het gaat daarbij om het vergaren van nieuws en het aanleveren van tekst en beeld van de krant en eventueel de website. Daarnaast bepaalt de redactie in overleg welke onderwerpen ‘nieuwswaardig’ zijn en dus in de krant zullen komen. Verder bewaakt de redactie de kwaliteit en consistentie van de berichtgeving en standpunten. Deuze (2004) noemt nog een andere functie van de redactie. Onder invloed van de ontzuiling is de journalistiek zich steeds meer op zichzelf gaan richten. Volgens hem is het werk binnen redacties daardoor voor een belangrijk deel komen te bestaan uit conventies, routines en onuitgesproken regels die de eigen normen en waarden voortdurend bevestigen. In het redactiewerk worden journalisten dus gesocialiseerd in het gangbare systeem (ibid., p.181).

Dat laatste is volgens Deuze belangrijk omdat het journalistieke proces voor een belangrijk deel bestaat uit het maken van beslissingen. Het besluitvormingsproces wordt in sterke mate bepaald door de eigen kring:

Al deze hardwerkende journalisten moeten hun spaarzame tijd verdelen tussen ‘de straat’ en ‘het kantoor’, waarbij de laatste plaats meestal wint. Aan het bureau gezeten maken journalisten voortdurend allerlei beslissingen over het nieuws: wat wordt meegenomen, wat blijft achter; wat moet uitgelegd worden, wat spreekt voor zich; wat is grappig, wat is ernstig; wat is belangrijk, wat interesseert geen hond. De primaire toetssteen voor al deze beslissingen is de groep waar men lid van is en waar men de meeste tijd mee doorbrengt: de journalistieke beroepsgroep. Journalisten leunen voor raad en daad in eerste instantie op naaste collega’s, chefs en hoofdredacteurs, soms zelfs de concurrent. (Deuze, 2004, p.176)

Aangezien de beroepsgroep als homogeen te karakteriseren valt – want gedomineerd door witte hoog-opgeleide mannen van middelbare leeftijd (*ibid.*, p.185) – kan dit een stempel drukken op wat nieuwswaardig wordt gevonden en hoe dat dan als nieuws wordt gepresenteerd. Hoewel Gregory (zie [paragraaf 2.4](#)) het niet over de Nederlandse context had, zou het kunnen zijn dat het gebrek aan contrageografieën in de media samenhangt met een gebrek aan diversiteit in de beroepsgroep.

3.1.3 Journalisten

Kussendrager en Van der Lugt (2017) omschrijven het werk van journalisten als het verzamelen, ordenen en publiceren van nog onbekende of nieuwe feiten, meningen en impressies. Deze definitie is echter te nauw om recht te doen aan het palet aan taken dat journalisten zelf tot hun werkgebied rekenen. Deuze heeft onderzoek gedaan naar de rolopvattingen van Nederlandse journalisten (Deuze, 2004, p.158-171). In dat onderzoek gaven journalisten de volgende taken op die volgens hen (in aflopende mate van belangrijkheid) tot hun beroep behoren:

- Bieden van analyse, interpretatie en opinie;
- Snel en objectief verschaffen van nieuws en informatie;
- Kritisch volgen van misstanden, overheid en bedrijven;
- Publiek opvoeden en helpen op intellectueel, cultureel, politiek vlak;
- Bieden van vermaak, ontspanning en entertainment;
- Opkomen voor bepaalde (sociaal zwakkere) groepen.

Deuze constateert dat er een tegenstrijdigheid aanwezig is in deze rolopvattingen. Aan de ene kant beschouwen journalisten het verschaffen van objectieve informatie als de kern van de journalistieke taakstelling. Aan de andere kant lijkt er ook een duidelijk engagement te spreken in de rol die de journalist voor zichzelf ziet.

In dit onderzoek richten wij ons op de *geografische* kwaliteit van de journalistiek. *Journalistieke* kwaliteit is echter een veel breder begrip. In *Journalistieke kwaliteit in het crossmediale tijdperk* onderzoekt Buijs (2011) de verschillende dimensies van journalistieke kwaliteit en de maatschappelijke veranderingen die daar invloed op hebben. Daaruit blijkt dat het een amorf begrip is dat sterk afhangt van het standpunt van waaruit je het bekijkt. De tegenstrijdigheid die Deuze aankaart, komt ook terug in de verschillende kwaliteitscriteria die Buijs de revue laat passeren. Zo kan kwaliteit samenhangen met de feitelijkheid en controleerbaarheid van het nieuws, professionaliteit en vakmanschap, maar ook met de toegevoegde waarde of relevantie van het nieuws of in hoeverre een bepaalde nieuwsproductie een maatschappelijk belang dient. Verder kun je kwaliteit ook sterk koppelen aan het oordeel van de lezers. In dat geval gaat het vooral om de mate waarin de krant of journalist voldoet aan de verwachtingen van het publiek.

Het is niet evident waar je de geografische kwaliteit in dit spectrum zou moeten plaatsen. Je zou het in de feitelijkheid kunnen zoeken door te stellen dat dit betekent dat journalisten zich niet moet beperken tot het rapporteren van droge objectieve feiten maar idealiter ook recht doet aan de complexe onderliggende realiteiten in al hun geografische rijkdom. Je zou het ook in de toegevoegde waarde van het nieuws kunnen leggen. De kwaliteit bestaat dan uit de verrijking van de verslaggeving met geografische contexten en betekenis. In beide gevallen lijkt er wel een spanningsveld te bestaan tussen de eisen die geografen stellen aan geografische informatie zoals opgesteld in [hoofdstuk 2](#) en de journalistieke praktijk. De journalist schrijft voor een breed publiek, heeft beperkte ruimte om het verhaal te vertellen en moet dat veelal onder tijdsdruk doen. Op deze beperkingen komen we in [paragraaf 3.2](#) terug.

3.1.4 Correspondenten

Als het gaat om journalisten in een geografische context is het verder interessant om de rol van de correspondent te benoemen. De correspondent heeft namelijk bij uitstek een beroep waar het draait om het produceren van geo-

grafische informatie. Het correspondentschap lijkt sterk gemotiveerd door de notie dat het belangrijk is voor lezers om de lokale context goed te begrijpen en dat je dit als journalist beter over het voetlicht kunt brengen als je er zelf dicht boven op zit. Net als geografen hechten journalisten dan ook veel waarde aan het ‘ergens ter plaatse zijn’ (Seo, 2016). Ex-correspondent Cohen verwoordt de romantiek van het correspondentschap mooi:

To bear witness means being there — and that’s not free. No search engine gives you the smell of a crime, the tremor in the air, the eyes that smolder, or the cadence of a scream. No news aggregator tells of the ravaged city exhaling in the dusk, nor summons the defiant cries that rise into the night. No miracle of technology renders the lip-drying taste of fear. No algorithm captures the hush of dignity, nor evokes the adrenalin rush of courage coalescing, nor traces the fresh raw line of a welt. (Cohen, 2009)

Volgens Seo (2016) – die over de Amerikaanse media schrijft – heeft de investering in een correspondentennetwerk altijd meer gedraaid om prestige en het dienen van het publieke belang dan om commerciële overwegingen. Correspondenten genereren namelijk zelden genoeg inkomsten voor de media om de kosten te dekken. Onder invloed van de commercialisering van het mediaveld is de stem van de aandeelhouder zwaarder gaan wegen. Daarnaast is marktonderzoek een grotere rol gaan spelen in de besluitvorming van kranten. Omdat je makkelijker lezers bindt met onderwerpen als sport, misdaad en entertainment kon het argument voor correspondenten worden afgedaan als paternalistisch (Sambrook, 2010, p.11). Vanaf de jaren tachtig zijn veel correspondenten dan ook wegbezuinigd.

In 2014 heeft LokaalMondiaal onderzoek gedaan naar correspondenten in een Nederlandse context. Allereerst stellen zij vast dat de Nederlandse lezer nog altijd interesse heeft in nieuws uit het buitenland en daarbij behoefte heeft aan genuanceerde berichtgeving (LokaalMondiaal, 2014, p.32). Zij constateren wel dat ook in Nederland de rol van de correspondent aan verandering onderhevig is. In 2014 produceren correspondenten in Nederland 30% van het buitenlandnieuws. Door sterke bezuinigingen kiezen kranten steeds vaker voor een flexibele arbeidsovereenkomst waarbij de correspondent per los artikel betaald krijgt. De onzekerheid die dit meebrengt over inkomen en pensioen leidt tot ‘broodschrijverij’: de potentiële afzetmarkt wint aan belang ten opzichte van de inhoud van het verhaal. Een ander gevolg is

dat correspondenten hun artikelen bij meerdere afnemers proberen te slijten hetgeen kan leiden tot een grotere eenvormigheid in het nieuwslandschap (zie ook [paragraaf 3.1](#)).

In haar masterthesis over de werkomstandigheden van freelance correspondenten heeft Janssen (2017) een aantal correspondenten geïnterviewd. Deze interviews bevestigen voor een belangrijk deel de bevindingen van LokaalMondiaal. Freelancers krijgen per verhaal betaald. Ze opereren op basis van freelance contracten waarbij ze niet mogen schrijven voor een concurrent maar tegelijkertijd is de krant niet verplicht om een vast aantal verhalen bij de correspondent af te nemen. De freelancers ervaren dat er minder budget is voor het maken van reportages. Er zijn echter wel verschillen tussen kranten. De Moskou correspondent zegt bijvoorbeeld:

Kijk als je voor de Volkskrant of NRC werkt met name, Trouw ook, dan is dat wat minder. Dat zijn kranten die gewoon echt puur in het buitenland geïnteresseerd zijn, die ook gewoon echt een grote buitenlandredactie hebben, die daar gewoon veel geld aan uitgeven, die ook vaste correspondenten hebben, die ook net als ik destijds 2 à 3 keer per week een stuk leveren. Die vliegen de hele Sovjet Unie [sic] door. Daar is niks te gek, financieel gezien. Dat kan allemaal. (ibid., p.42)

De plaats van de correspondent is wel van belang. Correspondenten op ‘prominente’ plaatsen – dat wil zeggen, plaatsen die voornamelijk om economische of geopolitieke redenen als belangrijk worden gezien – kunnen makkelijker rondkomen dan degenen die op plekken wonen waar de vraag naar nieuws minder is. Vanwege deze moeilijke omstandigheden geven freelancers aan dat specialisatie binnen hun werk niet rendabel is. Daarom schrijven ze over allerlei onderwerpen en vergroten zij hun geografische reikwijdte. Voor een deel komt dit ook voort uit het feit dat hun opdrachtgevers van hen verwachten dat zij over een breder gebied verslagleggen. De correspondent uit Phnom Penh geeft bijvoorbeeld aan ook veel over Thailand, Vietnam, Myanmar en over Laos te schrijven. Vanuit een geografische context rijst de vraag dan wel wat precies de meerwaarde is van een verhaal van een correspondent die daar zelf ook honderden kilometers vandaan leeft.

3.2 Interviews

Welke rol speelt geografische kennis in het werk van journalisten? In de literatuur is de relatie tussen journalistiek en geografie weinig onderzocht. Om hier toch een beeld van te krijgen, zijn enkele semi-gestructureerde interviews gehouden met journalisten/redacteuren. In deze gesprekken stonden de verschillen en de verbanden tussen geografie en journalistiek centraal. De interviews zijn niet op een systematisch-wetenschappelijke wijze geanalyseerd. De synthese is op een intuïtieve manier tot stand gekomen door de interessante passages in de gesprekken te transcriberen en vervolgens met elkaar te verbinden. De passages zijn zoveel mogelijk letterlijk overgenomen maar ten behoeve van de leesbaarheid zijn ze hier en daar wat geredigeerd. Omdat enkele journalisten liever anoniem deelnamen aan dit onderzoek zijn de namen uit de gepubliceerde versie van deze scriptie verwijderd.

- Respondent 1: freelance journalist met een geografische achtergrond die onder andere schrijft voor de NRC.
- Respondent 2: redacteur bij Trouw met een politiek-geografische achtergrond.
- Respondent 3: auteur en docent journalistiek aan een hogeschool met een geschiedkundige achtergrond, heeft als journalist bij de Leeuwarder Courant en Omroep Flevoland gewerkt.
- Respondent 4: redacteur bij de NOS die bij de Volkskrant gewerkt heeft, onder andere als correspondent voor het Verenigd Koninkrijk en als chef nieuws.

Uit de gesprekken blijkt dat journalisten allerlei verbanden leggen tussen geografie en journalistiek. Zeker de journalisten met een geografische achtergrond verwoorden dat helder. Zo bevestigt Hegener dat het journalistieke proces raakvlakken heeft met een geografische manier van denken:

“Bij een heleboel onderwerpen spelen de verhalen zich af in een ruimtelijke context, je voegt ’m niet toe. Het verhaal zit in die ruimtelijke context. Als geograaf heb je daar oog voor en kun je daar makkelijk mee omgaan. Het is een vorm van ordening. Net als de tijd een ordening is van volgorde.”

Een heleboel journalisten zitten erg op die chronologie: ‘en toen en toen en toen...’ maar al die gebeurtenissen vonden op plekken plaats en die plekken hangen met elkaar samen. Het is bijna nooit toevallig dat iets dáár gebeurt, hè, de kernvraag van de geografie. Waar en waarom daar? Nou, dat is in de journalistiek dus ook zo.” (respondent 1)

Roessingh vertelt dat geografie hem veel gereedschap heeft gegeven om na te denken over processen en patronen in de wereld. Hij geeft aan dat journalisten en geografen allebei oog hebben voor diversiteit in de wereld:

“Er is heel veel diversiteit in de wereld en ook heel veel diversiteit binnen een land—want dat wordt ook weleens over het hoofd gezien. Dus het idee dat als je over Slowakije en Slowaken schrijft dat dat één soort persoon is. Dat is niet een fout die ik snel zal maken. Zo zit de wereld niet in elkaar. En als wij journalistiek werk gaan doen dan zien we dat onmiddellijk. En geografie laat je dat ook al vrij behoorlijk zien.” (respondent 2)

In de andere gesprekken is de betekenis van de geografie in de journalistiek impliciet aanwezig. Niettemin blijken de journalisten al pratende allerlei verbanden te leggen. Deze zullen aan de hand van meerdere citaten worden geïllustreerd. Ze zijn opgedeeld in de volgende thema’s: context en nuance (paragraaf 3.2.1), geografie van de lezer (paragraaf 3.2.2), geografie van de journalist (paragraaf 3.2.3), geografisch denken (paragraaf 3.2.4), selectie van het nieuws (paragraaf 3.2.5) en wetenschap (paragraaf 3.2.6).

3.2.1 Context en nuance

In het theoretisch kader hebben we gezien dat context en nuance voor veel geografen essentiële ingrediënten zijn voor goede geografie (zie paragraaf 2.4). Dat dit geen unieke eigenschap van geografen is, maakt Vriend duidelijk. Zij vindt dat journalisten de taak hebben om aan genuanceerde verslaggeving te doen. De nuance die zij als journalist zelf in haar werk legt, verbindt ze echter juist aan haar achtergrond als geschiedkundige:

“Ik ben als journalist vrij genuanceerd. Ik ben altijd heel erg enerzijds-anderzijds, ik zit altijd heel erg in dat grijze midden.”

*Dus ik snap dat een ontwikkeling zo is gegaan en ik snap dat me-
neer dit vindt of dat ie die stap heeft gezet maar ik probeer altijd
wel heel erg de context te schetsen en probeer het in de tijd te
plaatsen.*

*[...] Ik heb het tot de dag van vandaag als ik naar een nieuws-
item kijk, dat ik denk: er zit altijd weer een vraag achter. En ik
vind toch dat je als journalist de taak hebt om dat duidelijk te
maken. Dat er een nuance in zit. Dat heb ik altijd geprobeerd en
dat probeerde ik ook al als jonge verslaggever bij de Leeuwarder
Courant en zelfs bij Omroep Flevoland – dat als ik een brand stond
te verslaan bij wijzen van spreken – dat je er dan toch iets van
de context en de nuance probeert weer te geven. Ik kijk echt met
een historische bril wat dat betreft.” (respondent 3)*

Daartegenover stelt Roessingh dat er juist ook limieten zijn aan hoe ge-
nuanceerd je kunt zijn in de krant:

*“Ik denk ook wel dat iedereen zich moet realiseren – met name in
de wetenschap – dat je ook echt moet uitleggen aan mensen. We
zijn niet aan het praten voor de top wetenschappelijke deskundi-
gen op een bepaald terrein, we zijn aan het praten voor het grote
publiek. Dus je moet soms wat korter door de bocht of iets van de
nuance weghalen—die je misschien wel weet maar dan is het een
onbegrijpelijk verhaal.*

*Dus als je het hebt over Noord-Korea doet zus-en-me-zo, dan
heb je het eigenlijk niet over Noord-Korea maar over een bepaalde
factie binnen het Noord-Koreaanse regime wat op dit moment de
overhand heeft over die andere factie binnen het Noord-Koreaanse
regime en wat heeft geleid tot deze beleidsuiting waarvan we maar
moeten afwachten of die andere factie het toestaat dat het uitein-
delijk ook zo gebeurt. Daar heeft de lezer helemaal niets aan. Dus
dan wordt het voor dit moment maar even: Noord-Korea zegt nu
dit van plan te zijn.” (respondent 2)*

Als we nadenken over context en nuance in de krant is het dus belangrijk
om mee te wegen dat een journalist voor een bepaald lezerspubliek schrijft
want dat lezerspubliek bepaalt (in ieder geval ten dele) waarover je schrijft
en hoe genuanceerd je kunt zijn. Van Teeffelen beaamt deze samenhang. Hij
vergelijkt kranten zoals Trouw en de Volkskrant met de NOS:

“Trouw en de Volkskrant bedienen een zeer specifiek publiek. Dat zijn toch voornamelijk universitair en hbo-geschoolde mensen – dat zeggen ze natuurlijk niet, maar dat is wel zo – die een progressieve neiging hebben. De NOS heeft de taak om heel Nederland te bedienen. Toen ik bij de NOS solliciteerde zat er zo’n man in zo’n bakje de glazen te wassen van het gebouw. Toen zei degene met wie ik het interview had: ‘deze meneer moet ook ons nieuws snappen en kunnen lezen’.

Het mag een hoogleraar niet afschrikken omdat het te dom is, maar een stratenmaker moet het ook snappen. Het is echt voor iedereen. Je moet een bepaalde toon zien te vinden, wat heel moeilijk is.” (respondent 4)

3.2.2 Geografie van de lezer

Een belangrijk aspect dat in de gesprekken naar voren komt, is de rol die de geografie van de lezer speelt in het journalistieke proces. Waar de lezer woont en leeft speelt namelijk een bepalende rol in wat nieuws is en wat niet. Hoe dichtbij iets bij de lezer staat, is belangrijk voor de relevantie van een onderwerp of gebeurtenis. Als journalist van een regionale krant was Vriend zich zeer bewust van die invloed. Ze vertelt dat zelfs een marginale link al voldoende kan zijn voor de lezer:

“Bij een regionale krant is iets groter nieuws als het een Friese link heeft. [...] Joop Atsma was een belangrijke staatssecretaris, maar die was voor Friesland nog belangrijker omdat hij uit Friesland kwam terwijl hij helemaal niet over Friese zaken ging. Dat is hoe het werkt. Dat is hoe nieuws werkt want het is dichtbij dus is het iets voor onze lezers. [...] Die band met de regio, dat is gewoon het bestaansrecht van een regionaal medium en van een Nederlandse krant is Nederland het bestaansrecht.” (respondent 3)

De locatie en daarmee de identiteit van het lezerspubliek is daarmee een belangrijke factor in de selectie van het nieuws. Van Teeffelen geeft aan dat een krant zoals de Volkskrant om die reden een veel grotere focus op de randstad heeft dan de NOS. De NOS heeft een wettelijke taak om heel Nederland te bedienen en heeft om die reden veel meer aandacht voor nieuws uit regio’s buiten de Randstad:

“Het is belangrijk dat je neutraal nieuws brengt voor iedereen en dat je er ook een beetje op let dat je ook echt nieuws uit Limburg hebt, uit Groningen. Dat doet de Volkskrant echt niet, hoor. Dat is redelijk hardcore Randstad met een paar excuuscorrespondenten in de regio.” (respondent 4)

Het feit dat nieuws van dichtbij in zekere zin ‘belangrijker’ is dan nieuws van ver weg levert voor de journalistiek echter ook een moreel dilemma op. Van Teeffelen geeft het volgende voorbeeld:

“Als er bijvoorbeeld zeventien kinderen doodgeschoten worden op school in Florida dan is het antwoord van de wereld: ‘oh, dit is heel erg’ en dan gebeurt hetzelfde in Pakistan [waar geen aandacht voor is]. Dan krijgt de media het verwijt van waarom besteden jullie zoveel aandacht aan een in feite vrij kleine gebeurtenis (er zijn maar zeventien mensen dood) terwijl dat soort dingen – bij wijze van spreken – elke dag in een ander werelddeel gebeuren? Maar dan krijg je zoiets van: ja, die mensen in Florida dat zijn mensen die op ons lijken. Dus dat voelt dichterbij.

Sommig nieuws van ver blijft ver voelen en sommige nieuws van ver komt opeens heel dichtbij. Zijn dat witte mensen of zijn dat zwarte mensen, zijn het bevriende landen of landen waar veel mensen op vakantie gaan? Dan krijg je een oneigenlijk criteria – hè, zo kun je redeneren – van waarom daar zoveel aandacht aan wordt besteed. Van een storm ergens in Amerika, terwijl een tsunami ergens anders meteen honderd keer zoveel doden heeft en dat is dan zo’n klein berichtje. Een soort nieuwsdiscriminatie krijg je dan geografisch. Dat is een enorm item. Daar zijn ook mensen wel heel hard mee bezig hoor. Maar het is moeilijk uit te roeien.” (respondent 4)

3.2.3 Geografie van de journalist

Niet alleen de geografie van de lezer is belangrijk voor wat we in de krant lezen. Ook de geografie van de journalist speelt een rol. Van Teeffelen drukt het zo uit:

“Er zit een totale disbalans in de journalistiek omdat er in bepaalde steden gewoon heel veel journalisten zitten dus lezen we

daar heel veel over. Londen ook wel. Ik werd er doodziek van daar. Daar zit zoveel media en die roepen zo hard dat iedereen in Nederland denkt dat het nieuws is.” (respondent 4)

De andere kant is dat sommige plaatsen voor journalisten te onveilig zijn. Als de veiligheid van een journalist niet zeker is dan zullen journalisten niet of in ieder geval minder bereid zijn om een plaats te bezoeken. Dat heeft weer tot gevolg dat wat daar gebeurt geen nieuws oplevert. Hegener zegt daar het volgende over:

“De journalistiek beperkt zich tot datgene waar ze bij kunnen. Op een gegeven moment wordt het te gevaarlijk. Dan gaat er echt niemand meer naar toe. Daar is geen oplossing voor. Als je 1% kans hebt dat je niet terugkomt, nou, dat is nog net acceptabel, maar wordt het 2% dan zegt bijna iedereen van ‘ja, dat moeten we niet doen.’ Met 5% gaat niemand meer. Dus de echt heel gevaarlijke situaties...

In Irian Jaya bijvoorbeeld, het Indonesische deel van Papoea, daar kun je als journalist niet vrij rondreizen. Daar gebeuren vreselijke dingen. Die Indonesiërs zijn ontzettende klootzakken daar. Met het tuchtigen van de bevolking, het platbranden van dorpen, het opleggen van de Islam en... vreselijk. Maar ik kan er niet in want dat staan ze niet toe. Als je daar als blanke gaat rondlopen dan hebben ze je binnen twee dagen te pakken want... je bent natuurlijk erg zichtbaar. Kortom, er gaat helemaal niemand naar toe. Kortom, het is helemaal niet in het nieuws. Kortom, het is geen nieuws.” (respondent 1)

3.2.4 Geografisch denken

In de inleiding hebben we de vraag gesteld hoe de balans tussen productie en reproductie van geografische kennis uitpakt in het werk van journalisten (hoofdstuk 1). Hegener beschrijft hoe hij als journalist geografische kennis zelf produceert—hij laat zich daarbij niet of nauwelijks leiden door geografische ‘experts’. Hij geeft onder andere het volgende mooie voorbeeld van hoe je als journalist tot een geografisch interessant verhaal komt:

“Ik heb veel in Koerdistan gereisd. Koerdistan heeft van oudsher een prachtige rijstcultuur—zowel droge als natte rijstbouw. Fantastisch. Lekkerste rijst die ik me kan bedenken. Dat is op een

gegeven moment helemaal overgenomen door rijst uit Pakistan en Thailand die in zulke grote zakken op vrachtauto's uit Turkije worden aangevoerd. Waar het goedkoper is. [...]

Ik vind dat heel interessant omdat je én de human interest krijgt over die boer die over zijn leven vertelt en de restauranthouder die zegt: 'ja, maar ik kan toch beter die [goedkopere] Pakistaanse rijst nemen.' Én je krijgt een bredere context want het geeft ook aan dat er dus een enorme productiestroom is van Turkije (en ook nog wel van Iran trouwens) naar dat Noord-Irak. Kennelijk is dat nu makkelijker dan dat in het verleden was. Hoe zit dat precies? Waarom was dat 10 jaar geleden niet en nu wel?

Nou goed, dat soort vragen, als je die beantwoordt dan ontstaat er een beeld. Snap je? Over de grotere context van het land, terwijl degene bij wie je begint te vragen die boer is die daar op zijn rijstakker staat en de restauranthouder. Dat is allemaal heel ruimtelijk." (respondent 1)

Zijn voorbeeld is goed te koppelen aan het educatieve perspectief op geografie (paragraaf 2.3): een journalist verbeeldt de ruimtelijke dynamiek door verschillende schaalniveaus aan elkaar te koppelen. Vriend zegt iets vergelijkbaar als ze het heeft over journalistieke vaardigheden. Als journalist moet je relaties kunnen leggen tussen verschillende onderwerpen op verschillende schaalniveaus en met verschillende temporele dynamieken:

"De journalistiek vandaag de dag is moeilijk en complex omdat je dat snelle met dat langzame nieuws moet kunnen combineren en dat vraagt best wel wat van je. Daar moet je gewoon best wel slim voor zijn, even simpel gezegd. Je moet heel snel hoofdvan bijzaken kunnen onderscheiden. Je moet weten wat er in de VS gebeurt maar je moet ook snappen wat er op de Olympische spelen gebeurt. Je moet heel snel kunnen schakelen van grote onderwerpen naar kleine en daar dan weer de link tussen zien." (respondent 3)

3.2.5 Selectie van het nieuws

Hegener geeft aan dat geografische onderwerpen het lastig kunnen hebben in het nieuws. In zijn ogen is de nieuwsaanleiding steeds belangrijker geworden

in de selectie van het nieuws. Als freelance journalist merkt hij dat hij steeds beter moet kunnen laten zien waarom een bepaald onderwerp nieuwswaardig is anders wordt het niet gepubliceerd. ‘Waarom nu?’ is een vraag die je moet kunnen beantwoorden als je als journalist een artikel probeert ‘weg te zetten’. Het probleem met veel geografische onderwerpen is echter dat deze zich vaak over langere perioden ontwikkelen en zich daardoor minder goed lenen om een directe aanleiding aan te koppelen. Vriend bevestigt dat nieuwswaardigheid inderdaad een belangrijke factor is bij de selectie van het nieuws:

“Je moet een heel duidelijk haakje hebben, dat heet een haakje of een nieuwsaanleiding, maar het is eigenlijk een haakje waar je het verhaal aan kunt ophangen. Het feit dat er ’n ontwikkeling plaatsvindt, is eigenlijk te vaag. In de geschiedswetenschap heb je de structurele laag, de conjuncturele laag en de feitelijke laag.

In die feitelijke zit de relevantie van het verhaal. Dat is echt wat er vandaag is gebeurd. In de lagen eronder zit de betekenis van je verhaal. In de eerste laag zit de relevantie, je hebt natuurlijk ook een doelgroep. Ik denk dat die geografische veranderingen langlopendere ontwikkelingen zijn dus dat zit meer in de conjuncturele laag—de langlopendere maatschappelijke ontwikkelingen. Dat duurt langer en als je dat wilt beschrijven of wilt vangen, dan is dat wel een moeilijker proces.” (respondent 3)

Roessingh noemt dit type nieuws ‘chronisch actueel’. Het is juist de taak van de krant om lezers over dit soort processen op de hoogte te houden. De uitdaging zit er voor de journalist in om het nieuws op zo’n manier te brengen dat de lezer de indruk heeft dat hij het *moet* lezen:

“Je zoekt dus een moment om die chronische actualiteit over het voetlicht te brengen. Dus bijvoorbeeld jeugdwerkeloosheid in Griekenland, dat speelt al jaren. Maar dan zoek je een moment om het weer over het voetlicht te brengen: want hier is een nieuw rapport of een nieuwe casus of er zijn rellen uitgebroken. Waardoor de lezer het gevoel krijgt dat hij iets leest dat ie echt moet lezen. Want het speelt ook nu, terwijl jij weet: ‘het speelt ook al veel langer’. Maar dat doet er niet toe. Dat kun je ook opschrijven trouwens. Maar nu is er een extra aanleiding.

Het is als medium ook belangrijk om je bestaansrecht te bewijzen. Die mensen moeten ons lezen omdat we laten zien wat er speelt maar dan moet je ook wel aangeven dat het relevant is wat je beschrijft. En die relevantie laat je zien door nieuwsaanleidingen te gebruiken. Dit is niet een of ander chronisch achtergrond verhaal, nee, nu speelt het en het is ook nog actueel.” (respondent 2)

Daarnaast geeft Roessingh aan dat je ook eigen onderzoek kunt doen waarbij je zelf een aanleiding genereert: dit is chronisch actueel en we hebben dit nou eens helemaal uitgezocht en dit is het nieuws. Daarbij maakt de krant dus het nieuws zelf.

Van Teeffelen geeft hier een interessant perspectief op. Hoewel de media altijd erg geleund heeft op de ‘nieuwigheid’ van nieuws, is nieuws volgens hem tegenwoordig zo alomtegenwoordig dat het steeds moeilijker is om je als krant hierop te kunnen onderscheiden. Kranten hebben veel meer concurrentie dan voorheen. Mensen kunnen bijvoorbeeld een gratis platform als nu.nl lezen om bij te blijven met de meeste recente ontwikkelingen. Voor veel mensen is dat goed genoeg. Om mensen ervan te overtuigen om voor een krant te betalen, zal de krant meer moeten doen dan alleen nieuws brengen. In zijn ogen willen betalende abonnees meer van een krant dan *sec* nieuws:

“Waarom lees jij nou de krant? Omdat de krant jou bepaalde ideeën of inspiratie geeft om de wereld iets beter te begrijpen. Het is een cliché maar de wereld wordt steeds ingewikkelder. Ik denk dat het ook echt wel zo is. Dat de wereld steeds ingewikkelder wordt. Er zijn zoveel bizarre politieke en technologische ontwikkelingen, maatschappelijke ontwikkelingen, op de arbeidsmarkt, het is zo’n kakafonie aan dingen dat het heel mooi is dat iemand het je één keer per dag versteend, verstild op papier een beetje laat snappen. Het doel van de Volkskrant was altijd om een prettige huisgenoot te zijn die jou even bijpraat met hoe de dingen zitten op een plezierige toon.” (respondent 4)

Het betekent volgens hem dat kranten hard moeten werken om hun inhoud zo intelligent te maken dat mensen bereid zijn er voor te betalen. Een van de strategieën is om ‘over het nieuws heen te springen’. Dat kun je doen door het nieuws extra ladingen mee te geven of door vooruit te kijken. Dit

kan juist betekenen dat je als krant andere thema's verkiest boven nieuwsfeiten die al in alle andere media zijn behandeld. In het volgende citaat illustreert hij dat. Hij heeft het over de meerwaarde die correspondenten kunnen geven aan de krant als ze oog hebben voor bredere (vaak geografisch relevante) thema's:

“Een aanslag is een heel één-dimensionaal nieuwsfeit. Een journalist die naast een opgeblazen gebouw gaat staan en zegt: ‘nou ja, zeventig doden’ dat vind ik echt tamelijk oninteressant. In de Volkskrant heb ik op een bepaald moment een aanslagenstop ingevoerd, ik zei: ‘ik wil gewoon helemaal geen aanslag meer lezen tenzij het echt om tweehonderd doden gaat.’ Elke bomaanslag in Pakistan stond in de krant. Why? Wat vertelt me dat nou over Pakistan? Dat mensen elkaar af en toe opblazen?

Veel interessanter is verstedelijking of economie of hoe mensen zichzelf proberen te redden. De macht van China in Afrika. Er zijn daar allerlei ontwikkelingen met telefonie. In Afrika hebben ze gewoon vaste telefonie overgeslagen in feite. Daar doen ze aan mobiel betalen. Dat ze daar gewoon heel slim met de middelen om proberen te gaan om zich te redden. Iemand die dat soort dingen ziet door zijn oogbaren en bepaalde ontwikkelingen in Afrika kan zien. Dan heb je echt iets aan die kerel—of vrouw.” (respondent 4)

In de context van dit onderzoek is het dan interessant om een beeld te krijgen van hoe journalisten kijken naar de onderwerpen waarover ze schrijven. Is het schrijven van een artikel een atomaire activiteit of zit er een samenhang tussen de verschillende artikelen die de krant over een bepaald thema produceert? Roessingh geeft aan dat je berichtgeving over een bepaald onderwerp of thema op een holistische manier moet bekijken. De bedoeling is om met berichtgeving over een langere periode een zo compleet mogelijk beeld te geven van wat er speelt in de wereld. Om te begrijpen hoe een krant verslaggeeft, is het dan ook aan te bevelen om het nieuws over een langere periode te volgen. Hij zegt hierover:

“We schrijven geen proefschriften. We kiezen iedere keer een invalshoek en proberen ook duidelijk te maken wat de invalshoek is en de beperkingen daarvan. [...] Je probeert goed aan te geven:

dit is wat we hier doen, dit is waar het nu over gaat. Dat speelt zich af in de context van economische crisis, of politiek conflict, maar dit is wat we nu beschrijven daarbinnen. Dit is een gedeelte van het totaal.” (respondent 2)

Roessingh geeft dus aan dat er een bewuste strategie zit achter de verslaggeving. Telkens worden verschillende aspecten uitgelicht die – als je ze samen neemt – het hele verhaal vertellen.

3.2.6 Wetenschap

Roessingh heeft voordat hij journalist werd een proefschrift geschreven aan de Faculteit der Ruimtelijke Wetenschappen aan de Universiteit van Amsterdam over etnische conflicten in Europa (1995). Deze achtergrond geeft hem een unieke kijk op de verschillen tussen de wetenschap en de journalistiek als kennisdomeinen. Omdat dit perspectief binnen dit onderzoek extra relevant is, staan we daar wat langer bij stil. Een van de belangrijkste verschillen is volgens hem dat je als journalist gedwongen wordt om veel concreter te zijn:

“Het verfrissende zat er voor mij in dat ik in de journalistiek op een hele andere manier mijn onderwerp moest benaderen dan in de wetenschap. In de wetenschap kun je je heel veel algemeenheden permitteren terwijl je in de journalistiek heel veel hard feitenmateriaal hebt dat je moet opschrijven. Want je moet ergens zijn, je moet mensen spreken, die moeten goed gequote worden, je moet de context van hun verhaal goed in beeld brengen.

Dus in een wetenschappelijk stuk kan ik schrijven: ‘de transitie van een communistisch model naar een liberaal kapitalistisch model is heel moeilijk geweest in Polen’ maar als ik daar journalistiek iets mee wil dan moet ik het handen en voeten geven en een gezicht en daardoor word je ook veel meer met de neus op de feiten gedrukt van hoe het nou echt is gegaan.” (respondent 2)

De wetenschap biedt volgens Roessingh een kader om in grote lijnen te begrijpen wat er is gebeurd. Daarbij abstraheert de wetenschap vaak. De journalistiek contrasteert daarmee omdat het veel beschrijvender en veel sneller is. Daardoor is de confrontatie met het publiek en het feitencomplex dat je probeert te beschrijven als journalist veel directer en harder. Hij zegt daar onder anderen het volgende over:

“In de journalistiek ben je veel meer aan het zoeken naar een manier om de koppeling te maken tussen de theorie en de feitelijke praktijken op de grond en of je dat daar ziet. En als je het niet goed hebt dan krijg je onmiddellijk op je flicker. Terwijl je uitingen in de wetenschap vaak beperkt zijn tot een relatief klein circuit van mede-wetenschappers en die kunnen best kritiek hebben maar dat is toch veel minder directe kritiek dan je krijgt als je iets opschrijft in de krant over een land dat feitelijk niet klopt.” (respondent 2)

Dat gebrek aan vrijblijvendheid in de journalistiek komt ook terug in de manier van schrijven. Journalisten moeten heel precies en duidelijk formuleren omdat het lezerspubliek anders afhaakt of het niet begrijpt. In de wetenschap is er veel meer ruimte om onduidelijk te zijn. Hij zegt het volgende:

“Het is moeilijk om te schrijven. Hoe makkelijker het leest, hoe meer werk erin zit. De kunst is om het zo eenvoudig op te schrijven en zo goed geformuleerd en precies dat de lezer denkt dat je dat gewoon uit je pen hebt laten vloeien zo. Dat is ook waar het vaak misgaat in de wetenschap vind ik. Er wordt in de wetenschap ontzettend veel ingewikkeld geformuleerd om te verhullen dat er eigenlijk niets staat, soms.” (respondent 2)

Deel II
Methode

Hoofdstuk 4

Toponiemenanalyse

Dit onderzoek zal de geografische inhoud en kwaliteit van verschillende journalistieke bronnen analyseren en vergelijken. Dit hoofdstuk bevat de operationalisering van het begrip ‘geoperspectief’ in een journalistieke context. Uit het theoretisch kader blijkt waarom en hoe een geoperspectief onze kennis van de wereld verrijkt. Het is binnen dit onderzoek niet mogelijk om geoperspectief in al haar facetten te belichten. Daarom is er hier één facet uitgelicht: de aanwezigheid van plaatsen in de krantenartikelen. Het idee is dat het redeneren over plaatsen een belangrijk onderdeel is van een geoperspectief. Door te kijken naar het gebruik van toponiemen in journalistieke teksten kunnen we daarom inzichten vergaren over de mate waarin een geoperspectief aanwezig is in de krant. Dit is in vogelvlucht het kader voor de analyse:

- De onderzochte journalistieke bronnen zijn kranten. Er zijn vier kranten geselecteerd. Deze zijn in drie categorieën ingedeeld:
 - **Kwaliteitskranten**
 - * Trouw
 - * De Volkskrant
 - **Populaire kranten**
 - * De Telegraaf
 - **Regionale kranten**
 - * De Leeuwarder Courant

- Binnen deze bronnen zijn alle artikelen geselecteerd in het kalenderjaar 2017 waar de zoekterm ‘Brexit’ in voorkomt. **LexisNexis** is gebruikt om de artikelen te vinden en te downloaden.
- De analyse van de geografische inhoud/kwaliteit is beperkt tot een analyse van het gebruik van toponiemen.
- *Natural language processing* (NLP) zal het mogelijk maken om een groot aantal artikelen op een consistente manier te analyseren. Het onderzoek maakt gebruik van de NLP-library **spaCy** dat geschreven is in de programmeertaal Python.
- Binnen alle artikelen wordt een telling gemaakt van toponiemen op twee schaalniveaus: landen en steden. De plaatsnamen zijn onderverdeeld in plaatsen in:
 - Groot-Brittannië
 - Nederland (zonder Friesland)
 - Friesland
 - Wereld

Een verdere doelstelling is om een methode te ontwikkelen die in principe volledig reproduceerbaar is—zowel op de gebruikte dataset als op nieuwe datasets. Om deze reden zijn voor dit onderzoek een aantal Python scripts ontwikkeld:

1. Een *parser* die de inhoud van **LexisNexis** documenten omzet naar een gestandaardiseerd formaat.
2. Een serie scripts om de geparseerde documenten te analyseren op het gebruik van plaatsnamen.
3. Een script om de resultaten op een kaart te projecteren.

De gebruikte code is *open-source* en beschikbaar gemaakt via de *toponym extraction repository* op **GitHub**. De geanalyseerde data bestaat uit materiaal waar een *copyright* op rust en is om die reden niet openbaar gemaakt. Deze is wel op te vragen bij de auteur. De metadata en resultaten zijn online via een interactieve **Jupyter notebook** wel toegankelijk gemaakt via de repository. In deze notebooks kunnen de resultaten op verschillende manieren worden bekeken.

Dit hoofdstuk zal de gevolgde methode op hoofdlijnen omschrijven. Voor de exact gevolgde technische procedures is de Python code gedocumenteerd en raadpleegbaar via [GitHub](#). Hierin is naast de code zelf verdere toelichting (in het Engels) gegeven bij de verschillende onderdelen van de programmatuur. [Paragraaf 4.1](#) van dit hoofdstuk beschrijft de gekozen operationalisering van het begrip geoperspectief: wat is het algemene idee, wat zijn de onderliggende aannames en wat zijn de te toetsen hypothesen? [Paragraaf 4.2](#) legt enkele onderliggende NLP-concepten uit die binnen het onderzoek worden gebruikt. [Paragraaf 4.3](#) beschrijft de methode voor het selecteren van de krantenartikelen. [Paragraaf 4.4](#) bevat uitleg over hoe de geografische datasets zijn samengesteld. [Paragraaf 4.5](#) geeft tot slot de methode weer op basis waarvan de tellingen zijn gedaan.

4.1 Operationalisering geoperspectief

Je kunt de geografische kwaliteit van journalistieke informatie op meerdere manieren proberen te meten: er zijn verschillende raamwerken om de kwaliteit van informatie in het algemeen te beoordelen (zie voor een overzicht [Epler en Wittig, 2000](#)) en ook voor journalistieke kwaliteit is er een raamwerk voorhanden ([Ruß-Mohl, 1994](#)). Het blijkt lastiger om literatuur te vinden die zich specifiek toelegt op de geografische dimensie zoals deze in [hoofdstuk 2](#) is besproken. Het al eerder aangehaalde onderzoek van [Van Gorp en Van der Vaart, 2016](#) is kwalitatief van aard. Zij vergelijken reisgidsen op de kennisstructuur van Harvey (zie [paragraaf 2.1](#)). In hun onderzoek interpreteren zij de kennisstructuur op een manier die aansluit bij de reisgidsen die ze willen analyseren. Hoewel deze brede opzet aangepast zou kunnen worden naar de journalistieke context, is in dit onderzoek gekozen voor een andere aanpak.

Uit de interviews komt naar voren dat het noodzakelijk is om de berichtgeving over een langere periode te volgen om de geografische kwaliteit van een krant te kunnen beoordelen (zie [paragraaf 3.2.5](#)). Om dat te kunnen doen heb je een grote dataset nodig en daar past een kwantitatieve methode bij. Harvey's derde kennisstructuur lijkt een veelbelovend startpunt te zijn (zie [paragraaf 2.1.3](#)). Het redeneren over plaatsen en regio's is als het goed is vrij zichtbaar in een tekst vanwege de verwijzingen naar plaatsen door middel van toponiemen. In de afgelopen jaren is er veel onderzoek gedaan naar toponiemherkenning in teksten, zie bijvoorbeeld [Venkateswaran, Weibel en Purves, 2014](#), [Lieberman, Samet en Sankaranarayanan, 2010](#), [Buscaldi en](#)

Rosso, 2008 en Pasley e.a., 2008. De methode die hier wordt gehanteerd, sluit aan bij deze ontwikkelingen en laat zich het best omschrijven als een *naïeve telling* van toponiemen.

4.1.1 Naïeviteit van de methode

De belangrijkste reden om deze methode ‘naïef’ te noemen, ligt in de boodschap van het theoretisch kader (hoofdstuk 2): in de geografie draait het om de kennisstructuren in hun onderlinge samenhang. Dat er hier dan één kennisstructuur wordt uitgelicht, is wat dat betreft opmerkelijk. Als we bovenstaande boodschap serieus nemen, in hoeverre is het dan mogelijk om een beeld te krijgen van de geografische inhoud van een tekst als je maar naar één aspect kijkt? Dat is inderdaad een belangrijke vraag in het kader van dit onderzoek. Je kunt de redenering echter ook omdraaien. Omdat de kennisstructuren in een onderlinge samenhang tot geografische kennis leiden, is het aannemelijk dat de ene kennisstructuur vaak in combinatie met de andere kennisstructuren zal voorkomen. Als je kunt laten zien dat één van de kennisstructuren aanwezig is dan zou dat een indicator kunnen zijn voor de aanwezigheid van de andere kennisstructuren. Of die redenering stand houdt, is een empirische vraag. Op deze vraag komen we in de conclusie (hoofdstuk 8) terug. In de rest van deze paragraaf zullen we *a priori* nagaan welke complicaties verbonden zijn aan deze methode.

Het is evident dat de aanwezigheid van toponiemen in een tekst noch een voldoende voorwaarde, noch een noodzakelijke voorwaarde is voor geografische informatie. In kranten is het bijvoorbeeld niet ongebruikelijk om bij een geïnterviewde de woon- of geboorteplaats te noemen. Deze informatie hoeft echter verder niets toe te voegen aan de inhoud van het artikel zelf. Een toponiem is dus geen voldoende voorwaarde. De aanwezigheid van toponiemen is ook geen noodzakelijke voorwaarde. Volgens de derde kennisstructuur van Harvey vormen (het leggen van relaties en het maken van contrasten tussen) plaatsaanduidingen een belangrijk aspect van geografische informatie. Het probleem is echter dat *plaatsaanduidingen* niet synoniem zijn met *plaatsnamen*. Je kunt bijvoorbeeld geografische relaties leggen tussen het noorden en het zuiden zonder daarbij specifieke toponiemen te gebruiken. Ook kunnen plaatsaanduidingen verwijzen naar gebieden die meer of minder concreet zijn—zoals ‘moederland’, ‘de blauwe banaan’ of ‘het groene hart’. Deze methode is dus ‘naïef’ omdat ze in weerwil van het eerdere pleidooi voor nuance zo ongenueanceerd is.

Een andere reden om deze methode als ‘naïef’ te bestempelen, is de complexiteit van de taak. Voor een mens is het herkennen van plaatsnamen in tekst misschien een eenvoudige opgave. Om die taak geautomatiseerd uit te laten voor door een algoritme blijkt allerm minst eenvoudig te zijn. Een eerste probleem is dat plaatsnamen een diffuse en oneindige verzameling vormen. Zo heb je niet alleen officiële plaatsnamen maar kunnen plaatsen ook worden aangeduid met allerlei alternatieve benamingen en spellingen; zoals de namen ’s-Gravenhage en Den Haag bijvoorbeeld naar dezelfde plaats verwijzen. Verder heb je plaatsnamen op verschillende schaalniveaus: straat, buurt, wijk, dorp, stad, gewest, gebied, provincie, regio, land, continent, etc. De methode zal deze complexe realiteit moeten reduceren tot een telbare verzameling plaatsnamen. Een tweede probleem zit in de complexiteit van taal. Zo kent taal allerlei figuurlijk gebruik. Plaatsnamen worden bijvoorbeeld geregegeld gebruikt in metonymie. Dat is een vorm van beeldspraak waarbij de referent (datgene waarnaar wordt verwezen) wordt aangeduid door een verwant begrip; Den Haag kan bijvoorbeeld verwijzen naar de plaats maar ook naar de Nederlandse overheid (in dit geval is dat een synecdoche waarbij een deel wordt aangeduid met het geheel, ook wel *totum pro parte* genoemd). Verder kun je verwijzen naar plaatsen met naamwoordelijke zinsdelen zoals ‘het stedelijk gebied aan de oostkust’ of ‘de voormalige kolonie’. In dat geval maak je dus helemaal geen gebruik van toponiemen. Een laatste complexiteit is morfologische variatie. Plaatsnamen kunnen verschillende woordvormen aannemen: zoals ‘Engelse mentaliteit’ of ‘Nederlander’. Het is niet direct duidelijk hoe je met deze issues om moet gaan. Deze methode is dus ook naïef omdat ze deze complexe werkelijkheid in ieder geval deels zal moeten negeren.

4.1.2 Aannames

De abstracties die deze methode maakt op de geografische en talige werkelijkheid, levert echter ook kansen op. Ondanks – of misschien wel dankzij – deze naïeviteit, maakt deze aanpak het mogelijk om een grote hoeveelheid artikelen uit verschillende bronnen op een consistente en consequente manier te analyseren. Om de methode te rechtvaardigen en om conclusies te kunnen trekken uit de gevonden resultaten moeten we een aantal aannames doen over de geografische kwaliteit van informatie:

1. Het gebruik van plaatsnamen is een manier om nieuws te localiseren en om geografische verbanden te leggen.
2. Een grotere geografische spreiding in de gebruikte plaatsnamen leidt tot een hogere geografische kwaliteit.
3. Aandacht voor meerdere schaalniveaus leidt tot een hogere geografische kwaliteit.
4. Meer verwijzingen naar plaatsnamen leidt tot een hogere geografische kwaliteit.

Deze aannames zijn niet moeilijk te koppelen aan de inzichten in het theoretisch kader. Vanuit een educatief perspectief vragen geografen aandacht voor ruimtelijke structuren, verschillen tussen gebieden en hun onderlinge afhankelijkheden (paragraaf 2.3). Het gebruik van plaatsnamen om over deze verschijnselen na te denken maakt onderdeel uit van de derde kennisstructuur (paragraaf 2.1.3). Vanuit het systeemdenken zijn zowel verticale als horizontale relaties op meerdere schaalniveaus belangrijk. Hoe meer plaatsnamen een krant bespreekt, hoe rijker de informatie is waarmee de journalistiek onze wereld verbeeld. Het is echter ook duidelijk dat andere aspecten niet of in ieder geval minder belicht worden als we ons beperken tot deze aannames. Allereerst blijft de relatie tussen mens–natuur/omgeving (de vierde kennisstructuur) hier onderbelicht. Daarnaast is deze aanpak gericht op *welke* plaatsen in het nieuws komen en *hoe vaak*. Daarmee blijven de contrageografische zorgen (paragraaf 2.4) over *hoe* plaatsen in het nieuws komen een vraagteken.

Hoewel het gebruik van plaatsnamen geen noodzakelijke of voldoende voorwaarde vormt, is het evident dat plaatsnamen een belangrijke rol spelen in het overbrengen van geografische informatie. Zelfs als we met deze methode geen compleet beeld kunnen geven van wat een geoperspectief inhoudt en we een groot deel van de nuance kwijtraken, lijkt het aannemelijk dat een nauwkeurig uitgevoerde toponiementelling ons iets kan vertellen over het geoperspectief in verschillende kranten. Het doel van dit onderzoek is dan ook niet om een eindoordeel te geven over de geografische kwaliteit in de Nederlandse dagbladen. In de inleiding is de exploratieve aard van het onderzoek al benoemd (paragraaf 1.2). De hoop is dat de resultaten van dit onderzoek een handvat geven om verder na te denken over geoperspectief in de journalistiek en vragen oproept voor vervolgonderzoek.

4.1.3 Hypotheses

Op basis van deze aannames en de inzichten die voort zijn gekomen uit de interviews, kunnen we vervolgens de volgende hypothesen formuleren:

Hypothese 1 In kwaliteitskranten komen geografische entiteiten met een hogere frequentie aan bod dan in de populaire en regionale kranten. Het gaat hierbij om het volume waarin kranten verwijzen naar geografische entiteiten.

Hypothese 2 De kwaliteitskranten hebben een grotere geografische spreiding dan de populaire en regionale kranten. Het gaat hierbij om twee zaken. Kwaliteitskranten kennen een grotere diversiteit aan geografische entiteiten en deze zijn over een groter oppervlak verspreid of hebben binnen een bepaald oppervlakte een hogere dichtheid.

Hypothese 3a Alle kranten verwijzen vaker naar plaatsen waar veel journalisten zitten dan naar andere plaatsen. In plaatsen zoals Brussel, Londen en Amsterdam zijn veel journalisten dus over deze plaatsen wordt meer geschreven.

Hypothese 3b De kwaliteitskranten laten een betere balans zien tussen de geografische entiteiten dan de populaire en regionale kranten. Dat wil zeggen dat kwaliteitskranten hun aandacht beter verdelen over de verschillende geografische entiteiten, terwijl bij de andere kranten de neiging bestaat om bepaalde entiteiten over te belichten ten koste van andere.

Hypothese 4 De kwaliteits- en regionale kranten hebben meer aandacht voor lagere schaalniveaus dan de populaire krant. Populaire kranten blijven in de berichtgeving meer steken op een algemener (lees: landelijk) niveau. De andere kranten nuanceren dit door het nieuws te localiseren. Bij de regionale krant vindt deze localisatie voornamelijk plaats in de eigen regio. In de kwaliteitskranten is er aandacht voor plaatsen (gebieden, steden, wijken) in het nieuws.

Hypothese 5 In het verlengde van de vorige hypothese is de verwachting dat de regionale krant meer aandacht voor plaatsen in de eigen regio dan de andere kranten. De regionale krant doet dit omdat de nieuwswaardigheid voor hun lezers samenhangt met een koppeling naar de eigen regio.

Hypothese 6 De populaire krant heeft meer aandacht voor plaatsen in Nederland dan de kwaliteitskranten. Evenals de regionale kranten zoeken landelijke kranten naar een manier om het nieuws te koppelen aan hun lezers. In populaire kranten zal dit tot een grotere nadruk op het eigen land leiden, terwijl kwaliteitskranten deze tendens nuanceren met berichtgeving op locatie.

4.2 Natural language processing

Dit onderzoek zal gebruik maken van *natural language processing* (NLP) om een groot aantal artikelen te kunnen analyseren. NLP is een relatief nieuw interdisciplinair vakgebied dat zich onder andere ten doel stelt om met behulp van computers menselijke taal in de vorm van tekst of spraak te verwerken en te analyseren (Jurafsky en Martin, 2008). Het verschil met andere dataverwerkingsmethoden is dat NLP gebruik maakt van kennis van taal om analyses uit te voeren. De hier gebruikte NLP-tool is de open-source library `spaCy` in Python. De NLP technieken die ik gebruik zijn (1) *tokenization*, (2) *lemmatization*, en (3) *named entity recognition (NER)*. In de volgende paragrafen zal ik deze technieken nader toelichten.

4.2.1 Tokenization

Als je NLP gebruikt om informatie uit een tekst te extraheren, vindt er doorgaans eerst *tokenization* plaats. Dit proces segmenteert een tekst in een verzameling woorden, interpunctie, etc. `spaCy` zet daarbij hoofdletters om naar kleine letters. Deze losse eenheden noemt men in de taalkunde *tokens*. Omdat `spaCy` kennis heeft van de Nederlandse taal, zijn deze tokens verder – middels een procedure die *part of speech tagging* heet – gecodeerd met extra informatie over het grammaticale type. Per token is vastgelegd of het een werkwoord, zelfstandig of bijvoeglijk naamwoord, lidwoord, voorzetsel, etc. is.

4.2.2 Lemmatization

Vervolgens biedt `spaCy` een methode om deze tokens om te zetten naar *lemma's*. Binnen een taal kan een woord morfologisch gezien meerdere verschijningsvormen kennen. De woorden ‘heb’, ‘heeft’ en ‘had’ zijn bijvoorbeeld

vormen van het werkwoord ‘hebben’, en ‘kaarten’ is een vorm van het zelfstandig naamwoord ‘kaart’. Een lemma kun je dan ook zien als de basale verschijningsvorm van een woord. Het lemma kun je gelijkstellen met de vorm van het woord dat je gebruikt om het op te zoeken in bijvoorbeeld een woordenboek of encyclopedie. De kracht van dit proces is dat het een deel van de oninteressante variatie uit je data verwijdert. Dit maakt het eenvoudiger om resultaten te analyseren en om elementen aan elkaar te koppelen die je moeilijk zou kunnen koppelen als je puur uit zou gaan van het uiterlijk van de te analyseren tekst. Een ander voordeel van lemmatisatie is dat je hiermee zogenaamde stopwoorden uit je data kunt verwijderen. Stopwoorden zijn woorden die zeer veel gebruikt worden in een taal. Als je wilt weten welke termen het meest significant zijn voor de inhoud van een tekst dan vormen stopwoorden een vorm van ruis. In tellingen zullen ze altijd het vaakst voorkomen, maar daarmee geven ze niet aan welke woorden ‘uniek’ zijn aan de onderzochte tekst. De lijst met in dit onderzoek gebruikte stopwoorden is terug te vinden in [bijlage A](#).

4.2.3 Named entity recognition

In taal maken we veelvoudig gebruik van namen. Het gaat daarbij om woorden die we gebruiken om objecten in de wereld te identificeren. We gebruiken namen voor mensen, bedrijven, locaties, etc. In dit onderzoek zijn we met name geïnteresseerd in plaatsnamen, ofwel toponiemen. *Named entity recognition* (NER) stelt ons in staat om in een tekst de gebruikte namen te herkennen en daar vervolgens een label aan te hangen. Het label geeft aan wat voor soort naam het is. Vaak wordt deze methode toegepast in combinatie met een vorm van *machine learning* (ML)—zie bijvoorbeeld [Garbin en Mani, 2005](#). Hoewel het onderliggende taalkundige model van `spaCy` inderdaad met ML tot stand is gekomen, zal dit onderzoek een aanpak kiezen met meer handwerk. De reden hiervoor is dat ML-modellen niet altijd transparant zijn; het is niet altijd begrijpelijk waarom het onderliggende algoritme bepaalde keuzes heeft gemaakt. Omdat een doelstelling van dit onderzoek is om inzicht te krijgen in de mogelijkheden van een dergelijke methode, is gekozen voor een handmatige aanpak waarbij veel van de keuzes en afwegingen handmatig zijn gemaakt.

Tabel 4.1: Gemiddelde verspreide oplage van een uitgave per krant in 2017

Titel	Oplage
Leeuwarder Courant	64.639
Trouw	98.882
Volkskrant	239.219
Telegraaf	385.501

Bron: mediamonitor (2019)

4.3 Selectie van bronnen en krantenartikelen

Dit onderzoek richt zich op een grotere en kleinere kwaliteitskrant (Volkskrant en Trouw), een populaire krant (Telegraaf) en een regionale krant (Leeuwarder Courant). De gemiddelde verspreide oplage in 2017 is weergegeven in tabel 4.1. De indeling naar soorten is gebaseerd op Bakker, Scholten e.a., 2011. Deze kranten zijn gekozen om na te gaan of er verschillen te vinden zijn tussen de verschillende soorten kranten en tussen de grotere en kleinere kwaliteitskrant. Een verdere reden voor de Volkskrant, Trouw en de Leeuwarder Courant is dat de geïnterviewde journalisten bij deze kranten werken of hebben gewerkt.

De Brexit is gekozen omdat het een onderwerp is waarover veel geschreven is en omdat het een onderwerp is met een zeer nadrukkelijke geografische component. Massey volgend (zie paragraaf 2.2) kun je stellen dat het Brexit-proces van plaats tot plaats een andere uitwerking krijgt en betekenis heeft. Het is een onderwerp waar veel ruimte is voor achtergronden en beschouwingen. Het onderwerp is niet gekozen om specifiek de verslaggeving voor Brexit te onderzoeken. Ook als een artikel over een ander onderwerp gaat en dit relateert aan de Brexit is dit in het kader van dit onderzoek een relevant resultaat. Een van de kenmerken van geografische kennis is per slot van rekening dat het horizontale en verticale verbanden legt (zie paragraaf 2.3). De periode van een jaar is gekozen omdat uit tijdens de interviews naar voren is gekomen dat de geografische kwaliteit van een krant zich vooral manifesteert over een langere periode (zie paragraaf 3.2.5). De keuze voor het jaar 2017 is enigszins arbitrair maar voor dit onderzoek wel geschikt omdat er in 2017 voldoende nieuwswaardige momenten plaatsvinden (zie tabel 4.2).

Tabel 4.2: Enkele nieuwswaardige momenten rondom de Brexit in 2017

Datum	Gebeurtenis
17 januari	Speech May over Brexit-plannen.
29 maart	VK dient artikel 50-brief in bij de EU.
april	May schrijft vervroegde verkiezingen uit.
8 juni	Uitslag van de verkiezingen.
19 juni	Start van de eerste fase van onderhandelingen tussen de EU en VK
8 december	Voorlopig akkoord over burgerrechten en de financiële afwikkeling van Brexit.
15 december	EU stelt vast dat er voldoende voortgang is geweest en dat de tweede fase van de onderhandelingen van start kan gaan.

Met behulp van LexisNexis zijn in de geselecteerde kranten alle artikelen opgehaald die tussen 1 januari tot en met 31 december verschenen zijn waarin de zoekterm Brexit voorkwam. Deze documenten zijn als docx-document gedownload en met een parser ingelezen in een tabel. De tabel bevat naast de tekst van het artikel ook de volgende meta-informatie:

- Titel
- Publicatie datum
- Katern
- Pagina
- Lengte in woorden
- Bijlijn
- Copyright
- LexisNexis URL

Deze dataset is ontdubbeld door duplicaten te verwijderen. Een artikel is als duplicaat aangemerkt als zowel de titel, het katern en de publicatiedatum gelijk zijn aan een eerder artikel. Vervolgens zijn alle artikelen gescand op dubbele paragrafen. Als een paragraaf meer dan één keer voorkomt in een artikel dan is deze paragraaf uit alle artikelen verwijderd. Dit was nodig om bepaalde veelvoorkomende maar niet betekenisvolle standaardelementen uit de artikelen te verwijderen, zoals:

“Bekijk de oorspronkelijke pagina:”

“Graphic”

“quote van de dag”

Artikelen waar de zoekterm Brexit in voorkomt, verschijnen in allerlei katernen (zie [tabel 4.3](#)). Per katern is een kleine steekproef genomen om te beoordelen of het soort artikelen dat er in voorkomt, geschikt is. Het valt op dat in de Leeuwarder Courant een groot deel van de artikelen door LexisNexis gelabeld is als ‘advertenties’. De betreffende artikelen blijken echter geen advertenties te zijn. Dit katern is daarom niet verwijderd. Wel zijn het sport katern en de ingezonden brieven uit de dataset verwijderd. Ook zijn uit het Trouw katern ‘service’ de artikelen verwijderd met een titel beginnend met het woord ‘kruiswoordtest’. Deze katernen en artikelen zijn verwijderd omdat het vooraf mogelijk bleek om te identificeren dat ze irrelevante toponiemen bevatten (zoals de woonplaats van degene die de brief heeft ingezonden of de plaats van de voetbalclub). Het is deze methode eigen dat de overgebleven dataset nog steeds ‘irrelevante’ plaatsnamen zal bevatten. In hoeverre dit een issue zal opleveren zal moeten blijken, maar de hoop is dat het volume van de te analyseren artikelen deze beperking in belangrijke mate compenseert.

In totaal zijn er 2.182 artikelen van LexisNexis gedownload. Deze zijn eerst ontdebeld en vervolgens gefilterd zoals hierboven beschreven. Uiteindelijk zijn er 1.830 artikelen geselecteerd voor het onderzoek (zie [tabel 4.4](#)). De dataset bevat in totaal bijna 1,3 miljoen woorden. Als we uitgaan van een gemiddelde van 70.000 woorden in een non-fictie boek dan hebben deze vier kranten in een periode van een jaar genoeg materiaal over Brexit gepubliceerd voor achttien boeken. Bij de selectie zijn vooral bij de Leeuwarder Courant veel artikelen afgevallen. De reden hiervoor is dat deze krant een editie Noord en een editie Zuid heeft die voor een groot deel dezelfde artikelen publiceren. Bij de ontdebelling zijn deze uit de dataset verwijderd. De Telegraaf bevatte het grootste aantal ingezonden brieven. Deze zijn bij de filtering uit de dataset verwijderd.

Tabel 4.3: Aantal artikelen waarin de zoekterm ‘Brexit’ voorkomt per katern en krant

Volkskrant		Trouw		Telegraaf		Leeuwarder Courant	
katern	aantal	katern	aantal	katern	aantal	katern	aantal
Ten eerste	289	Vandaag	128	Financieel	223	In het nieuws	84
Opinie en debat	113	Buitenland	85	Buitenland	158	Advertenties	72
Economie	55	Economie	70	Binnenland	69	Economie	49
Opinie zaterdag	32	De verdieping	65	Journal	12	Algemeen	21
Sir Edmund	26	Opinie	53	Lifestyle	7	Buitenland	13
V opening	23	Letter en geest	39	Regio	6	Weekend	8
Zaterdag	15	Religie en filosofie	11	Reportage	5	Binnenland	7
Vonk	8	Nederland	11	Cultuur	4	Voorpagina	6
V didu	7	Cultuur en media	7	Advertentie	2	Vrijdag	5
Uitgelicht	2	Service	4	Prive	1	In het midden	4

Tabel 4.4: Aantal gevonden resultaten in *LexisNexis* en het aantal uiteindelijk geselecteerde (gefilterde en ontdubbelde) artikelen per krant

	Volkskrant	Trouw	Telegraaf	L.C.	Totaal
Gevonden	600	500	549	533	2.182
Ontdubbeld	598	498	540	278	1.914
Gefilterd	581	485	488	276	1.830

4.4 Geografische data voor NER

Geografisch gezien is het interessant om een beeld te krijgen van de schaalniveaus en de spreiding in de verslaggeving van kranten. Ligt de nadruk op landen, regio's of steden? Verwijzen kranten vooral naar specifieke plaatsen of heeft de verslaggeving een grotere reikwijdte? Om met NER de inhoud van de artikelen te kunnen analyseren, is het nodig om de NLP-library `spaCy` te leren welke entiteiten herkend moeten worden en welk label deze entiteiten moeten krijgen. De uiteindelijke configuratie van `spaCy` is het NER-model. Deze configuratie is cruciaal omdat het zal bepalen welke toponiemen wel en niet gemeten kunnen worden in de dataset. Voor dit onderzoek zijn de entiteiten ingedeeld in de volgende categorieën:

- Landen
-

- Plaatsen in het Verenigd Koninkrijk
- Plaatsen in Nederland (maar niet Friesland)
- Plaatsen in Friesland
- Plaatsen in de rest van de wereld

Het NER-model beperkt zich dus tot twee schaalniveaus: landen en steden. Voor dit onderzoek is het echter ook relevant om een beeld te krijgen van het gebruik van de andere schaalniveaus. Om deze reden slaan we ook alle gevonden tokens en lemma's op. Met deze data kan achteraf nog worden onderzocht in hoeverre de andere schaalniveaus een rol van betekenis spelen.

Voor de configuratie van de NER is gebruik gemaakt van de volgende twee datasets die beschikbaar zijn onder de *creative commons* licentie:

1. [RESTcountries](#) voor de landsnamen.
2. [Geonames](#) voor de plaatsnamen.

Restcountries

De `RESTcountries` dataset bestaat uit een lijst van alle landen met daaraan gekoppeld allerlei meta-informatie. Deze meta-informatie bevat onder andere vertalingen van de landsnaam waaronder de benaming in het Nederlands. Uit deze dataset zijn dan ook de Nederlandse namen gefilterd. Voor een aantal belangrijke landen zijn vervolgens een lijst met synoniemen/alternatieve spellingen toegevoegd (zie [tabel 4.5](#)). Deze verrijkte lijst telt 268 landsnamen.

Tabel 4.5: Gebruikte synoniemen en alternatieve spellingen voor landnamen

Land	Synoniemen
Verenigd Koninkrijk	Groot-Brittannië
	Engeland
	Schotland
	Wales
	Noord-Ierland
	VK / V.K.
	UK / U.K.
Verenigde Staten	USA / U.S.A.
	Amerika
	VS / V.S.
Nederland	Holland

Geonames

De **Geonames** dataset bevat informatie op verschillende schaalniveaus. De dataset bevat naast plaatsnamen ook aanvullende meta-informatie zoals binnen welke grotere administratieve eenheid een plaats valt en de geografische coördinaten. Bovendien heeft de dataset een tabel met alternatieve spellingen voor de verschillende plaatsnamen (waaronder een of meerdere Nederlandse spellingen indien deze voorhanden zijn). De hoogste resolutie bevat data van plaatsen met 500 inwoners of meer, de laagste resolutie bevat plaatsen met 15.000 inwoners of meer. Een hogere resolutie lijkt aantrekkelijk omdat de kans dat we plaatsen missen daarmee afneemt. Toch kleven er twee belangrijke nadelen aan. Hoe groter het aantal entiteiten in het NER-model is:

- Hoe meer rekenkracht nodig is om de artikelen te verwerken.
- Hoe vaker het model onterecht plaatsen zal herkennen.

Het laatste punt vereist extra toelichting. Binnen NLP spreken we van een *false positive* indien het model incorrect een entiteit (in dit geval een plaatsnaam) identificeert. Veel plaatsnamen zijn homoniemen van veelgebruikte Nederlandse woorden. De volgende passage bevat bijvoorbeeld een *false positive*:

“Daar stond ze dan, halverwege de verkiezingsnacht, op het podium van een aula in Maidenhead, haar kiesdistrict. Haar clowneske concurrenten Heer Emmerhoofd en Meneer Visstick flankerden haar, maar Theresa May kon de humor daarvan niet inzien.” (volks_0294)

‘Heer Emmerhoofd’ bevat de naam ‘Heer’ en dat is ook de naam van een plaats in Limburg (in de buurt van Maastricht). Andere in de dataset aanwezige voorbeelden zijn ‘Partij voor de *Dieren*’ en ‘Frankie *Goes to Hollywood*’. Om accurate resultaten te krijgen, is het van belang om het aantal *false positives* zo veel mogelijk te beperken. Uiteindelijk is gekozen voor een lijst van plaatsnamen van 5.000 inwoners of meer. Deze resolutie bevat meer dan alleen de grotere steden maar er is nog goed mee te werken.

Er is nog een ander probleem. Sommige plaatsnamen zijn homoniem aan andere plaatsnamen. Het model is wat dat betreft op nóg een manier naïef: het maakt geen gebruik van context maar zoekt letterlijk naar een serie letters in de tekst. Dit betekent dat het NER-model niet om kan gaan met homoniemen. Een gevonden entiteit kan maar één keer herkend worden. Omdat je niet weet in welke volgorde het model de homoniemen afgaat, is het onvoorspelbaar welke homoniem het model uiteindelijk selecteert. Het mooie van NLP is dat je met geavanceerdere methoden hier een betere oplossing voor kunt proberen te ontwikkelen. Als je een model kunt trainen op context zou het bijvoorbeeld beter in staat zijn om ambiguïteiten op te lossen. Hier is gekozen om deze aanvullende complexiteit achterwege te laten aangezien dit een oriënterend onderzoek is naar de potentie van deze methode. In plaats daarvan zijn homoniemen volgens de volgende principes uit de dataset verwijderd:

1. Indien een plaatsnaam gelijk is aan een landsnaam, dan verwijderen we de plaatsnaam.
2. Indien een plaatsnaam gelijk is aan één of meerdere andere plaatsnamen, dan behouden we alleen de plaatsnaam met het grootste aantal inwoners.

Uiteindelijk levert deze selectie een dataset op met 45.271 plaatsnamen. Deze plaatsnamen zijn vervolgens uitgesplitst naar de eergenoemde categorieën en ingelezen in het NER-model. Het is mogelijk dat er een *bias* in de dataset zit. Om deze reden is de distributie van plaatsnamen per categorie

Tabel 4.6: Aantal aanwezige toponiemen in de NER en het aantal gevonden toponiemen in de onderzochte berichtgeving per geografische categorie

Entiteit	In NER	Aantal gevonden	% Gevonden
Landen	268	151	56,3
Steden Friesland	27	11	40,7
Steden Nederland	474	119	25,1
Steden Groot-Brittanië	1.532	147	9,6
Steden wereld	43.237	844	2,0

in kaart gebracht. Deze kaarten zijn opgenomen in [bijlage B](#). Hoewel de spreiding van de plaatsen hier niet systematisch geanalyseerd is, geeft een visuele inspectie vertrouwen dat de selectie representatief genoeg zal zijn voor de doeleinden van dit onderzoek.

4.5 Tellingen met NLP

Met het NER-model dat de land- en plaatsnamen bevat, kunnen vervolgens de tellingen worden uitgevoerd op de krantenartikelen. Deze procedure leidt tot een door `spaCy` gegenereerd document dat naast de originele tekst allerlei linguïstische informatie bevat zoals de tokens (met grammaticaal type), de stopwoorden, de lemmas, de herkende entiteiten per type en het aantal zinnen. Helaas geeft de `Geonames` dataset nog steeds te veel *false positives*. Allereerst blijkt dat er in de dataset nog altijd veel plaatsnamen voorkomen die homoniem zijn aan veelgebruikte Nederlandse woorden. Een tweede issue is dat veel achternamen verwijzen naar plaatsnamen.

Om de impact van deze issues te verkleinen, is de volgende procedure toegepast. Het blijkt (weinig verrassend wellicht) dat slechts een beperkt aantal plaatsnamen uit de originele dataset herkend wordt in de krantenartikelen (zie [tabel 4.6](#)). Dit aantal is klein genoeg om handmatig te inspecteren. Deze inspectie maakt gebruik van een annotatietool die voor dit doeleinde is geprogrammeerd. Per gevonden entiteit zijn maximaal vijf paragrafen bekeken waarin de entiteit voorkomt. Indien de entiteit in een paragraaf inderdaad verwijst naar de correcte plaatsnaam dan is deze als positief en anders als negatief geannoteerd. Voor de beoordeling zijn de volgende richtlijnen gevolgd:

Positief

- De entiteit verwijst duidelijk naar dezelfde plaatsnaam als in de dataset.
- De entiteit verwijst naar een historische gebeurtenis vernoemd naar een plaatsnaam: bijv. het Verdrag van Maastricht.
- De entiteit wordt gebruikt als metonymie waarbij het beeld duidelijk verwijst naar dezelfde plaatsnaam als in de dataset: bijv. Den Haag verwijst naar de regering.
- De entiteit verwijst naar een instituut of organisatie waarbij de plaats in de naam voorkomt en dit instituut is duidelijk verbonden met deze plaats: bijv. de TU Eindhoven.

Negatief

- De entiteit verwijst naar een plaatsnaam, maar niet de plaatsnaam volgens de dataset: bijv. in de tekst gaat het om Houston, VK en de dataset verwijst naar Houston, VS.
- De entiteit verwijst naar een achternaam: bijv. Sientje van Veldhoven.
- De entiteit verwijst naar een object van een type dat geassocieerd is met een plaats maar daar geografisch niet per se mee verbonden is: bijv. Hereford koeien.

Dit leidt per gevonden plaatsnaam tot een verzameling annotaties. Indien de helft of meer van de annotaties positief zijn bij een entiteit dan blijft deze behouden, anders wordt deze uit de dataset verwijderd. Alle entiteiten die helemaal niet gevonden zijn, worden ook verwijderd. Uiteindelijk houden we via deze methode 40% van het aantal plaatsnamen over (zie [tabel 4.7](#)). Het zijn vooral de wereldplaatsen die grotendeels worden verwijderd (71%). De andere entiteiten bevatten in de eerste ronde ten minste 70% correcte plaatsnamen.

Met deze nieuwe dataset wordt het NER-model opnieuw gegenereerd. Op deze manier ontstaat een veel kleiner en efficiënter NER-model dat beter aansluit op de entiteiten die voorkomen in de Nederlandse kranten. Dit aangepast NER-model wordt opnieuw toegepast op de krantenartikelen en hierbij worden per krant alle lemma's en entiteiten per categorie geteld. Er

Tabel 4.7: Aantal behouden en verwijderde plaatsnamen na de annotatie per geografische categorie

Entiteit	Gevonden	Behouden	Verwijderd	% Behouden
Friesland	11	10	1	90,9
Nederland	119	94	25	79,0
Groot-Brittanië	147	102	45	69,4
Wereld	844	240	604	28,4
Totaal	1.121	446	675	39,8

vinden twee tellingen plaats: de eerste telling telt de aanwezigheid van alle lemma's en entiteiten in de dataset, de tweede telling telt de aanwezigheid van lemma's en entiteiten slechts één keer per artikel. Deze resultaten worden per artikel opgeslagen.

Deze methode roeit het fenomeen van *false positives* niet uit. Van een deel van de *false positives* weten we dat ze in de resultaten zitten omdat ze als zodanig geannoteerd zijn. We kunnen enigszins kwantificeren hoeveel *false positives* we verwachten op basis van de behouden entiteiten waarbij ook negatieve annotaties voorkomen. In totaal zijn 964 artikelen geannoteerd bij de behouden entiteiten. Binnen deze groep bevinden zich 25 artikelen waarin de entiteit niet correct verwees naar de plaats. Als we deze resultaten extrapoleren naar de methode dan verwachten we dat er rond de 2 à 3% *false positives* herkend zullen worden.

Naast *false positives* bestaat er ook de mogelijkheid op *false negatives*, i.e. het NER-model herkent een bepaalde entiteit niet terwijl het wél een plaatsnaam in de dataset is. Dit komt met name voor indien een plaatsnaam herkend is maar verwees naar de verkeerde plaats. Een voorbeeld zijn artikelen die verwijzen naar Boston, Engeland. Omdat Boston in de VS veel meer inwoners heeft, is dit de plaats die overgebleven is in de dataset. Volgens bovengenoemde procedure zijn deze plaatsnamen negatief geannoteerd en indien meer dan de helft van de annotaties negatief was, is de plaatsnaam volledig uit de dataset verwijderd. Dit betekent dat ze niet meer een *false positive* zijn maar een *false negative*: een niet herkende plaatsnaam in de krantenartikelen. Omdat hier geen rekening mee gehouden is bij het annoteren, laat het aantal *false negatives* zich moeilijker schatten dan het aantal *false positives*.

4.6 Methode van analyse

Tot slot is het nodig om duidelijk te maken hoe de analyse van de resultaten zal plaatsvinden. Aangezien er een serie hypothesen is geformuleerd (zie [paragraaf 4.1.3](#)), kan de indruk ontstaan dat er statistische toetsing zal plaatsvinden. Van statistische toetsing kan echter geen sprake zijn omdat we hier niet te maken hebben met een steekproef. *Alle* artikelen waar Brexit in voorkomt zijn geselecteerd. De analyse vindt daarom direct plaats op de totale populatie. Uiteraard zijn de Brexit artikelen een steekproef op het totale nieuwsaanbod van de kranten. Deze steekproef is echter niet willekeurig getrokken (het was ook niet mogelijk om een dergelijke steekproef te trekken met LexisNexis) en kan dus ook niet als basis voor statistische toetsing dienen.

Statistische toetsing vormt de basis voor allerlei misverstanden en on-eigenlijke wetenschappelijke praktijken (zie bijvoorbeeld [Gigerenzer, 2004](#); [Francis, 2013](#)). Het feit dat deze methode ons in staat stelt om deze problemen te omzeilen is wat dat betreft een voordeel. Het betekent wel dat er beperkingen zijn aan de generaliseerbaarheid van de resultaten. Om de resultaten te analyseren zal gebruik worden gemaakt van verschillende descriptieve statistieken.

Hoofdstuk 5

Inhoudsanalyse

In [hoofdstuk 4](#) is de kwantitatieve methode beschreven op basis waarvan we in dit onderzoek geoperspectief in kranten meten. Het is evident dat het begrip geoperspectief zoals dat in het theoretisch kader ([hoofdstuk 2](#)) is beschreven, maar zeer ten dele tot uitdrukking komt in de nauwe operationalisering die in die analyse is gehanteerd. Dat roept de vraag op in hoeverre de gekozen methode in staat is om iets te zeggen over geoperspectief in de krant. Welke facetten worden wel herkend, wat wordt er gemist en hoe beïnvloedt dat de conclusies? Om op die vragen een antwoord te kunnen formuleren, zal een kleinschalig supplementair kwalitatief onderzoek worden uitgevoerd. Dit onderzoek heeft enerzijds als doel om de gevonden resultaten middels triangulatie te valideren. Anderzijds is het doel om de kwantitatieve methode te evalueren.

Dit onderzoek zal de gemaakte aannames ([paragraaf 4.1.2](#)) en belangrijkste conclusies van de toponiemenanalyse toetsen. Om deze reden is er besloten om het supplementaire onderzoek uit te voeren op dezelfde dataset. Dit maakt het mogelijk om de bevindingen direct te relateren aan de uitkomsten van de toponiemenanalyse. Dit hoofdstuk zal de gevolgde methode voor deze kwalitatieve inhoudsanalyse beschrijven. [Paragraaf 5.1](#) beschrijft het selectieproces voor de te analyseren artikelen. [Paragraaf 5.2](#) gaat in op het gebruikte analyseschema en de operationalisering van de onderzochte geografische kennisstructuren. [Paragraaf 5.3](#) gaat tot slot in op de relatie tussen de gebruikte datasets en de gevolgen die dat heeft voor de validatie en evaluatie.

5.1 Selectie van bronnen

In het kwantitatieve onderzoek is de berichtgeving van een krant over een heel jaar de te onderzoeken eenheid. Hoewel een artikel op zichzelf geografische informatie kan bevatten, is het idee dat geografische kennis in de krant voornamelijk tot uitdrukking komt binnen het geheel (zie ook [paragraaf 3.2.5](#)). Een analyse die artikelen enkel als op zichzelfstaande eenheden beschouwt, doet in andere woorden geen recht aan de manier waarop kranten hun lezers doorgaans informeren over wat er in de wereld speelt. Met de in dit onderzoek gebruikte toponiemenanalyse is het eenvoudig om het nieuws (in een bepaalde periode) als geheel te analyseren. De methode kan namelijk een groot aantal artikelen op een consistente manier verwerken. Het is daarbij geen probleem als er een grote verscheidenheid bestaat in de thema's en inhoud van de artikelen die worden geanalyseerd; al deze verschillen dragen namelijk bij aan de informatieve waarde van het geheel. Bij een kleinschalige kwalitatieve analyse kunnen we echter niet profiteren van deze schaalvoordelen. Het is daarom van belang om te zorgen dat de selectie van artikelen inhoudelijk zo goed mogelijk met elkaar vergelijkbaar is. Tegelijkertijd blijft het van belang om de berichten niet in isolatie te beoordelen maar ze in de context van de gehele berichtgeving te beschouwen.

Om bovengenoemde redenen is gekozen om de analyse uit te voeren op de berichtgeving van correspondenten — de correspondenten in Groot-Brittannië van de Telegraaf, de Volkskrant en Trouw om precies te zijn (de Leeuwarder Courant heeft geen eigen correspondent). Het correspondentenschap is bij uitstek een geografisch beroep ([paragraaf 3.1.4](#)). Correspondenten vormen de brug tussen het nieuws in het buitenland en het lezerspubliek. Bovendien kunnen zij doordat ze *ter plaatse zijn* het nieuws een lokale context en lading meegeven die bij verslaggeving op afstand niet of in ieder geval veel moeilijker te geven is. Omdat correspondenten hun werk in het buitenland doen, hebben ze ook een zekere autonomie ten opzichte van de redacties thuis. Het is om die reden te rechtvaardigen om de berichtgeving van correspondenten als een te analyseren eenheid te beschouwen. Tot slot zorgt deze keuze voor een duidelijke inhoudelijke afbakening: het gaat om de Brexit in de geografische context van Groot-Brittannië (in tegenstelling tot de grotere dataset waar Brexit nieuws zich kan plaatsvinden in Brussel, Nederland, Frankrijk, Zuid-Amerika, etc.) Dit maakt de berichtgeving beter vergelijkbaar in een kwalitatieve analyse. Het betekent wel dat de scope van de inhoudsanalyse veel beperkter is dan de kwantitatieve analyse.

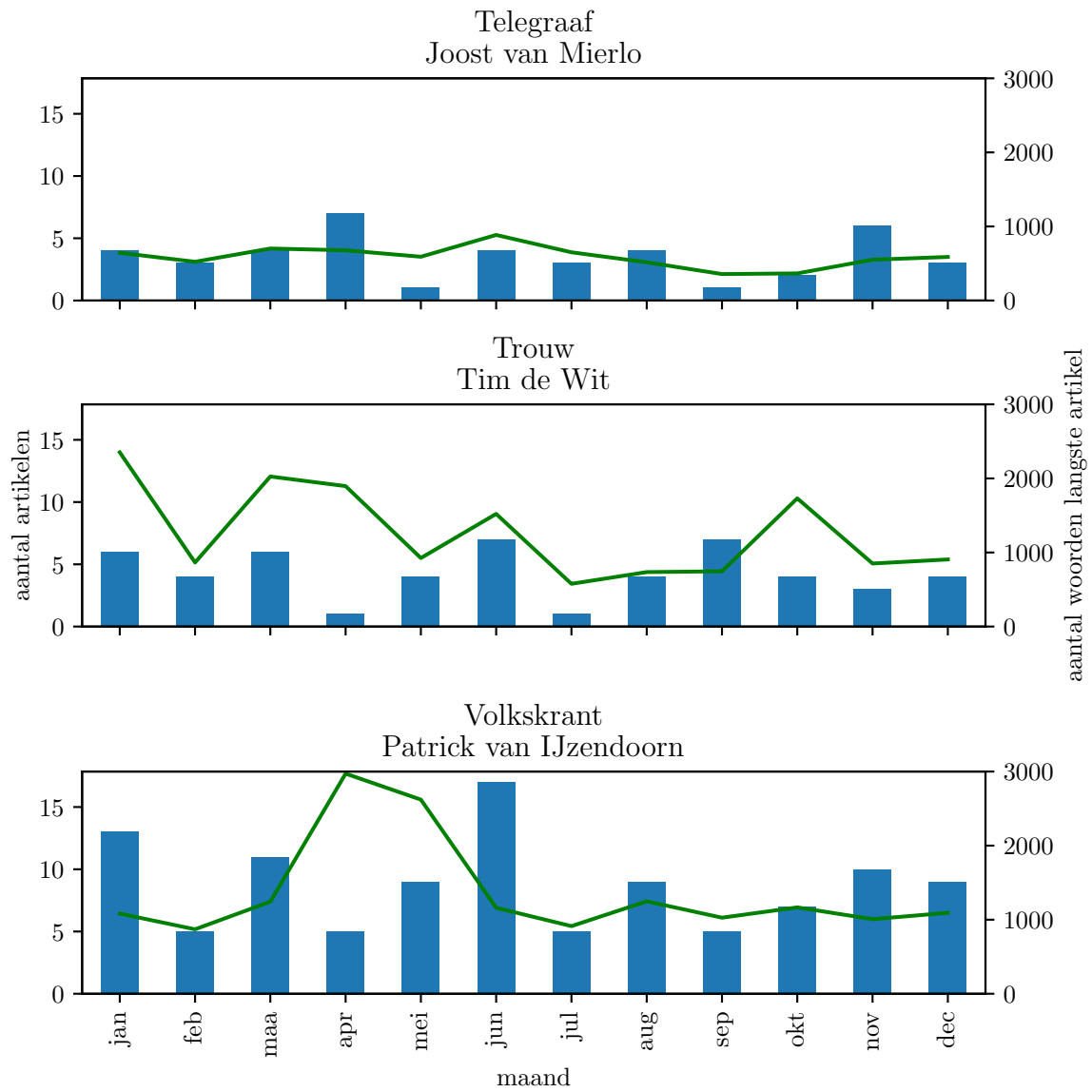
Tabel 5.1: Berichtgeving in 2017 van correspondenten

bron	correspondent	artikelen		woorden		toponiemen	
		aantal	max	gemiddeld	totaal	totaal	
Telegraaf	Joost van Mierlo	42	885	473	19.891	168	
Trouw	Tim de Wit	51	2.352	819	41.814	412	
Volkskrant	Patrick van IJzendoorn	105	2.972	690	72.503	738	

De drie correspondenten die in 2017 over Brexit schreven zijn Joost van Mierlo (Telegraaf), Tim de Wit (Trouw) en Patrick van IJzendoorn (Volkskrant). Als we hun output in kwantitatief opzicht met elkaar vergelijken, dan zien we direct grote verschillen (tabel 5.1). Van IJzendoorn heeft in 2017 meer artikelen geproduceerd dan beide van zijn collega's bij elkaar opgeteld. In de Volkskrant verschenen sowieso meer artikelen over Brexit dan in de andere kranten (tabel 4.4). Het relatieve aandeel dat door deze correspondent is aangeleverd, is echter veel groter dan bij de andere kranten. De Wit produceert gemiddeld wel langere artikelen (819 woorden) dan Van IJzendoorn (690 woorden) die op zijn beurt gemiddeld meer schrijft dan Van Mierlo (473 woorden). Het langste artikel van Van Mierlo bestaat uit 885 woorden, terwijl De Wit en Van IJzendoorn soms stukken schrijven die bijna drie keer zo lang zijn. Op basis van deze observaties is het duidelijk dat de rol van de correspondent Groot-Brittannië per krant anders is ingevuld.

Het is binnen de scope van dit deelonderzoek slechts mogelijk om een beperkt aantal artikelen aan een inhoudsanalyse te onderwerpen. Er is gegeven deze beperking voor gekozen om per krant tien artikelen te analyseren. De vraag werpt zich op hoe deze artikelen dan het best kunnen worden geselecteerd. Een aselechte steekproef is mogelijk maar is in dit geval niet per se wenselijk. Om zoveel mogelijk uit de analyse te halen, willen we die artikelen zien waarvan de kans het grootst is dat ze de meeste informatie bevatten. Een willekeurige steekproef kan daar niet voor zorgen. Een verdere eis is dat we artikelen selecteren die redelijk gespreid zijn door de tijd. De reden hiervoor is dat we onder andere geïnteresseerd zijn in de geografische verscheidenheid van de artikelen. Als geograaf verwachten we dat een correspondent niet alleen verslag doet vanuit de eigen standplaats maar er ook op uit trekt. Aangezien reizen tijd en geld kost, is de kans het grootst dat dergelijke verslagen in de steekproef komen wanneer je een in de tijd gespreide selectie gebruikt.

Figuur 5.1: Aantal artikelen en het langste artikel per maand



Voor de selectie gelden dus twee algemene eisen: informatieve artikelen en gespreid in de tijd. Het is aannemelijk dat lange artikelen over het algemeen meer informatie bevatten dan korte artikelen. Hoe zijn de langste artikelen verspreid door het jaar? Door het aantal artikelen dat per maand is verschenen, af te zetten tegen het langste artikel per maand (figuur 5.1) kunnen we een beeld krijgen van de dynamiek waarmee correspondenten hun stukken produceren. Van Mierlo produceert voor de Telegraaf gemiddeld tussen de drie en vier artikelen per maand waarbij geen van de artikelen bijzonder lang zijn. De Wit schrijft voor Trouw rond de vier artikelen per maand. In de loop van het jaar verschijnen er op verschillende momenten langere stukken van zijn hand. Van IJzendoorn produceert voor de Volkskrant gemiddeld tussen de acht en negen artikelen per maand. In april en mei verschijnen zijn langste verhalen, terwijl de langste artikelen in de rest van het jaar niet veel langer zijn dan rond de duizend woorden. Dit duidt erop dat een selectie op de tien langste artikelen een redelijke spreiding zal geven. In tabel 5.2 zijn de voor de inhoudsanalyse geselecteerde artikelen opgenomen.

5.2 Analyseschema

Er is een analyseschema opgesteld (bijlage C) waarmee de geselecteerde artikelen op een gestructureerde wijze kunnen worden onderzocht. De analyse wordt uitgevoerd door één onderzoeker die alle artikelen meerdere malen doorneemt. Hoewel er altijd sprake zal zijn van enige interpretatie door de onderzoeker, zorgt het analyseschema voor een herhaalbare en betrouwbare onderzoeksopzet. Het doel is enerzijds om een beeld te krijgen van de geografische inhoud van de berichtgeving, anderzijds dient de inhoudsanalyse als een verdieping van de toponiemenanalyse. Het schema bevat enkele algemene gegevens: auteur, bron, aantal woorden, katern en publicatiedatum. Ook wordt het type artikel vastgelegd. Per artikel worden enkele kernwoorden gecodeerd die de thema's en inhoud beschrijven. Daarnaast wordt vastgelegd welke personen een rol spelen in de berichtgeving: over wie gaat het en wie komen er aan het woord. Hierbij wordt eveneens vastgelegd of het een bekend persoon (zoals een politicus of auteur), een expert (zoals een wetenschapper) of een lokale inwoner is. Tot slot worden de geografische structuren in de berichtgeving op verschillende manieren onderzocht. Deze zijn gebaseerd op het theoretisch kader (hoofdstuk 2). In de volgende paragrafen zullen de relevante begrippen worden geoperationaliseerd.

Tabel 5.2: Geselecteerde berichten

bron	datum	katern	titel	woorden
Telegraaf	10 juni	buitenland	May schiet zichzelf in voet	885
	18 maart	buitenland	New European houdt vinger aan de Brexit-pols	702
	03 april	buitenland	'Oorlog' om Brexit	678
	18 juli	buitenland	Chaos rond Brexit	651
	15 april	lifestyle	Verdwijntruc van Tommy Cooper	633
	13 juli	buitenland	Een zwaar jaar voor Theresa May	651
	18 januari	buitenland	Keiharde koers May	644
	05 december	buitenland	Veto tegen Brexit	588
	04 mei	buitenland	Hard tegen hard	591
	30 maart	buitenland	Verdeeld op pad	590
Trouw	21 januari	letter en geest	Als een reisverslaggever trok ik door Londen	2.352
	28 maart	de verdieping	De drie Brexiteers	2.026
	27 april	de verdieping	Labour en de lastige stembusgang	1.896
	25 oktober	de verdieping	De kracht van het alledaagse	1.731
	08 juni	de verdieping	Corbyns Labour doet opeens weer mee	1.521
	03 juni	buitenland	Het merk May is besmet geraakt	1.078
	19 juni	vandaag	Brexit kan haast niet chaotischer beginnen	1.012
	26 mei	vandaag	Britten woest over lek VS	925
	04 december	vandaag	Grenscontroles breekpunt Ierland	906
	29 maart	vandaag	[...] Londen [vindt] een vechtscheiding ook goed	921
Volkskrant	01 april	vonk	Brits zijn is iets breekbaars	2.972
	06 mei	opinie zaterdag	Hoe de Britse kosmopoliet zijn hand overspeelde	2.621
	31 augustus	ten eerste	Hoe Diana langzaam verbleekt	1.248
	29 maart	ten eerste	Bostons schreeuw om aandacht is gehoord	1.243
	23 maart	ten eerste	Een auto en een mes, nu bij Westminster	1.163
	05 oktober	ten eerste	Dromen van een Brits wereldwonder	1.166
	01 juni	ten eerste	'Shock poll' voorspelt verlies May	1.161
	18 januari	ten eerste	May ziet voor Britten het beste van alle werelden	1.082
	31 mei	ten eerste	Vruchtbare grond voor Conservatieven van May	1.042
	22 september	ten eerste	Klem tussen twee kampen	1.027

5.2.1 Typologie

Uit het *Basisboek journalistiek: Achtergronden, genres, vaardigheden* (2017) is de volgende typologie voor langere artikelen gextreaheerd:

Nieuwsverhaal Een zakelijk geschreven en actueel verhaal dat is samengesteld aan de hand van meerdere bronnen.

Verslag Een verhaal dat een gebeurtenis met een zekere tijdsduur beschrijft waarbij de journalist aanwezig is.

Interview Een vraaggesprek met een specifiek persoon; het kan een nieuws-, achtergrond-, profilerend of portretterend interview zijn.

Achtergrondverhaal Een langer interpreterend verhaal waarin de journalist op basis van deskundigheid en meerdere bronnen de achtergronden schildert van een ontwikkeling of gebeurtenis.

Reportage Een journalistiek verslag van een oor-, oog- en reukgetuige over een duidelijk omschreven en afgebakend onderwerp.

5.2.2 Cartografisch bewustzijn

Harvey heeft het bij de eerste structuur (paragraaf 2.1.1) in eerste instantie over kennis die verkregen wordt door het maken en gebruiken van kaarten. Hoe Brexit in deze letterlijke zin in kaart wordt gebracht, is op zichzelf een interessante vraag. De in dit onderzoek gebruikte dataset komt van **LexisNexis** en bevat om die reden helaas alleen de tekstuele inhoud van de berichten. Het is daarom binnen dit onderzoek onmogelijk om dat aspect te belichten. Maar Harvey stelt dat het niet alleen om letterlijke kaarten draait. Het gaat ook over ons cartografische bewustzijn. In dat licht is het daarom interessant om na te gaan in hoeverre de artikelen die correspondenten schrijven inhoudelijk en in de gebruikte taalconstructies ergens plaatsvinden.

Allereerst wordt daarom voor elk artikel vastgesteld *waar* het zich afspeelt en of deze locatie impliciet of expliciet benoemd wordt. We hebben het in dat geval over de plaats en niet over het land. Een artikel kan bijvoorbeeld gaan over schermutselingen in het Lagerhuis zonder dat Londen daarbij specifiek wordt genoemd. In dat geval is de locatie impliciet in de tekst aanwezig. Het is ook mogelijk dat helemaal niet duidelijk wordt waar een artikel zich afspeelt. Indien een plaatsbepaling wel mogelijk is, wordt

vastgelegd of uit het artikel duidelijk wordt dat de journalist zelf ter plaatse is. Vervolgens wordt de vraag gesteld in hoeverre het nieuws in de geografische ruimte wordt geplaatst. Daarbij gaat het erom dat de locatie van het nieuws niet alleen wordt benoemd maar dat de geografische ligging ook op een andere manier wordt belicht. Dit kan op het schaalniveau van landen, regio's of plaatsen zijn, maar ook kleinschaliger. Een sfeerimpressie van een straat kan bijvoorbeeld het nieuws in de ruimte plaatsen: dit gebeurt ergens waar je echt naar toe kan gaan, waar echte mensen wonen en werken, etc. Het ontbreken van dergelijke plaatsbepalingen zou juist kunnen leiden tot een abstractie van het nieuws: Brexit is slechts een affaire voor pratende politici.

5.2.3 Lokale contexten

De tweede diepstructuur is – als we Harvey volgen (paragraaf 2.1.2) – vrij breed en bovendien abstract. Om die reden is het voor de inhoudsanalyse behulpzamer om hier Massey's uitleg over de kracht van de geografische benadering (paragraaf 2.2) als uitgangspunt te nemen. Volgens Massey voltrekken processen zich altijd *ergens*. En dat *ergens* is bepalend voor hoe dat proces zich *daar* ontwikkelt. Correspondenten zijn *ter plaatse* en hebben om die reden toegang tot de lokale context van het nieuws. Zij staan dicht op wat er binnen een maatschappij en samenleving speelt. Lokale contexten zijn niet per se synoniem met een klein schaalniveau. Lokale contexten – zoals ze hier worden gehanteerd – kunnen bijvoorbeeld ook verwijzen naar geopolitieke of economische verhoudingen tussen landen. Met deze vinger aan de pols kunnen correspondenten andere verhalen vertellen dan een journalist op afstand. Ook zou je verwachten dat het rijkere verhalen zijn die verbanden leggen die voor buitenstaanders niet direct zichtbaar zijn. Het stelt ze in staat om over het nieuws óók een *geografisch* verhaal te vertellen en de aloude geografische vraag te beantwoorden: *waarom daar?*

Het is daarom interessant om na te gaan in hoeverre correspondenten in hun werk verwijzen naar dergelijke 'plaatselijke' factoren. Komt de lokale context in de artikelen aan bod en zo ja, hoe dan? Bij het ontbreken van dergelijke lokale contexten kun je je afvragen wat dan de toegevoegde waarde is van het correspondentschap. De steekproef bevat alleen verhalen waarin de term Brexit voorkomt maar dat is nog geen hele stevige afbakening; er kunnen allerlei onderwerpen tussen zitten. Het is dus niet mogelijk om de analyse uit te voeren met een vooraf uitgewerkt schema van contexten waaraan de

geboden informatie getoetst wordt. In plaats daarvan zullen de contexten door kritische lezing en herlezing uit de teksten worden geëxtraheerd. Per artikel worden citaten verzameld die indicatief zijn voor de aanwezige contexten. Deze citaten worden op hun beurt weer gecategoriseerd. Met behulp van deze categorieën kan vervolgens een vergelijking worden gemaakt tussen de verschillende kranten.

5.2.4 Toponiemengebruik

De toponiemenanalyse is voor een belangrijke mate gericht op de derde structuur (paragraaf 2.1.3). Het idee daarbij is dat je regio's op een of andere manier moet benoemen om er op een geo-ruimtelijke manier over te kunnen redeneren. Hoewel er verschillende manieren bestaan om naar regio's en gebieden te verwijzen, vervullen toponiemen als letterlijke plaatsnamen een essentiële rol in geografisch denken (paragraaf 4.1.1). De toponiemenanalyse geeft aan *welke* toponiemen in het nieuws worden gebruikt en *hoe vaak*. Daarmee weten we echter niet direct iets over *hoe* die toponiemen worden gebruikt om geografische kennis over te dragen. In de inhoudsanalyse zal hier daarom opnieuw aandacht aan worden besteed. Hoe worden de toponiemen in de tekst gebruikt? In hoeverre spelen ze een rol in het uitleggen van de lokale contexten uit de vorige paragraaf?

5.3 Validatie en evaluatie

Aangezien dit supplementaire onderzoek moet valideren en evalueren, is het goed om kort stil te staan bij hoe de gebruikte datasets zich tot elkaar verhouden. Om de conclusies van de toponiemenanalyse te kunnen valideren zullen de langere artikelen die worden gebruikt bij de inhoudsanalyse in zekere mate representatief moeten zijn voor de grotere dataset. Het is te verwachten dat de correspondenten voor een deel de visie zullen uitdragen van de krant maar ze zullen ongetwijfeld ook hun eigen stempel drukken op hun verhalen. Verder zorgt de selectie van juist de langere artikelen er ook voor dat de correspondentendataset mogelijk afwijkt van de de grotere dataset. Indien het geselecteerde werk van de correspondenten enorm afwijkt van wat verder de norm is in de krant, dan zal de inhoudsanalyse een vertekend beeld opleveren. We gaan er hier wel vanuit dat het werk van de correspondenten representatief is — maar dit is niet apart getoetst.

Als het gaat om de evaluatie van de methode zijn bovengenoemde bezwaren minder belangrijk. De inhoudsanalyse heeft in het bijzonder aandacht voor het inhoudelijk gebruik van toponiemen in de artikelen. Op deze manier kan dus vrij goed worden nagegaan in hoeverre toponiemen een bijdrage leveren aan de kennisstructuren in journalistieke stukken.

Deel III
Onderzoek

Hoofdstuk 6

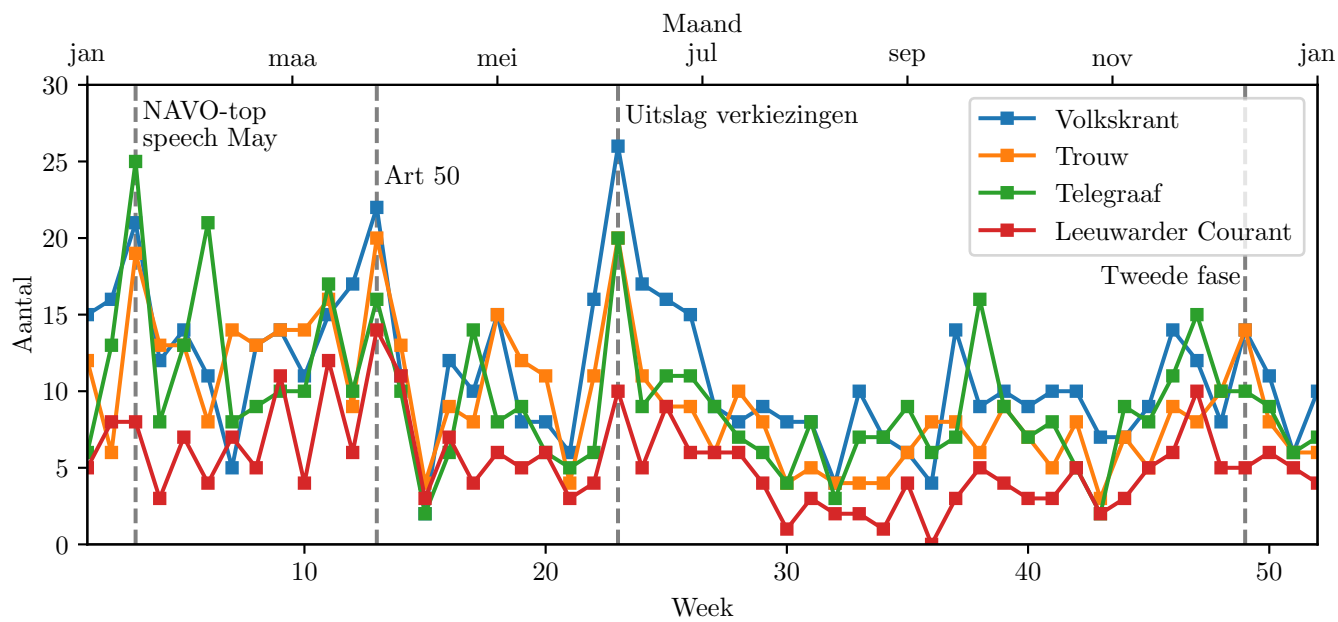
Toponiemen

Dit hoofdstuk zal de resultaten weergeven van de tekstanalyse op basis van toponiementellingen. Het uiteindelijke doel is om met deze resultaten in [hoofdstuk 8](#) de onderzoeksvragen uit [paragraaf 1.1](#) te beantwoorden. De hypothesen die geformuleerd zijn in [paragraaf 4.1.3](#) geven hierbij richting aan de hier gepresenteerde resultaten. [Paragraaf 6.1](#) bespreekt enkele algemene kenmerken van de berichtgeving in de verschillende kranten. Wanneer verschijnen artikelen over Brexit in 2017? Hoe lang zijn de artikelen per krant gemiddeld? Waar in de krant verschijnen de artikelen? [Paragraaf 6.2](#) zal op basis van een analyse van de gevonden lemma's ingaan op enkele inhoudelijke kenmerken. Zijn er grote verschillen in de gebruikte lemma's? Hoe dominant zijn de politieke en economische invalshoeken in de berichtgeving? Hoe gebruiken de kranten geografische lemma's? Tot slot zal [paragraaf 6.3](#) de artikelen analyseren op toponiemengebruik. Hierbij zal veelvuldig uit de onderzochte bronnen worden geciteerd om een beeld te geven van de onderliggende inhoud.

6.1 Algemene kenmerken

De Brexit is in 2017 voortdurend in het nieuws geweest (zie [figuur 6.2](#)). De grootste pieken in berichtgeving vinden plaats in het begin van het jaar (in de week waarin een NAVO-top en een speech waarin Theresa May haar Brexitplannen aankondigt samenvallen), eind maart wanneer het Verenigd Koninkrijk artikel 50 indient en in juni tijdens de uitslag van de verkiezingen. De rest van het jaar kent geen uitgesproken pieken. Niettemin blijft er doorlopend aandacht voor de Brexit; zo'n 40% van de berichtgeving vindt plaats

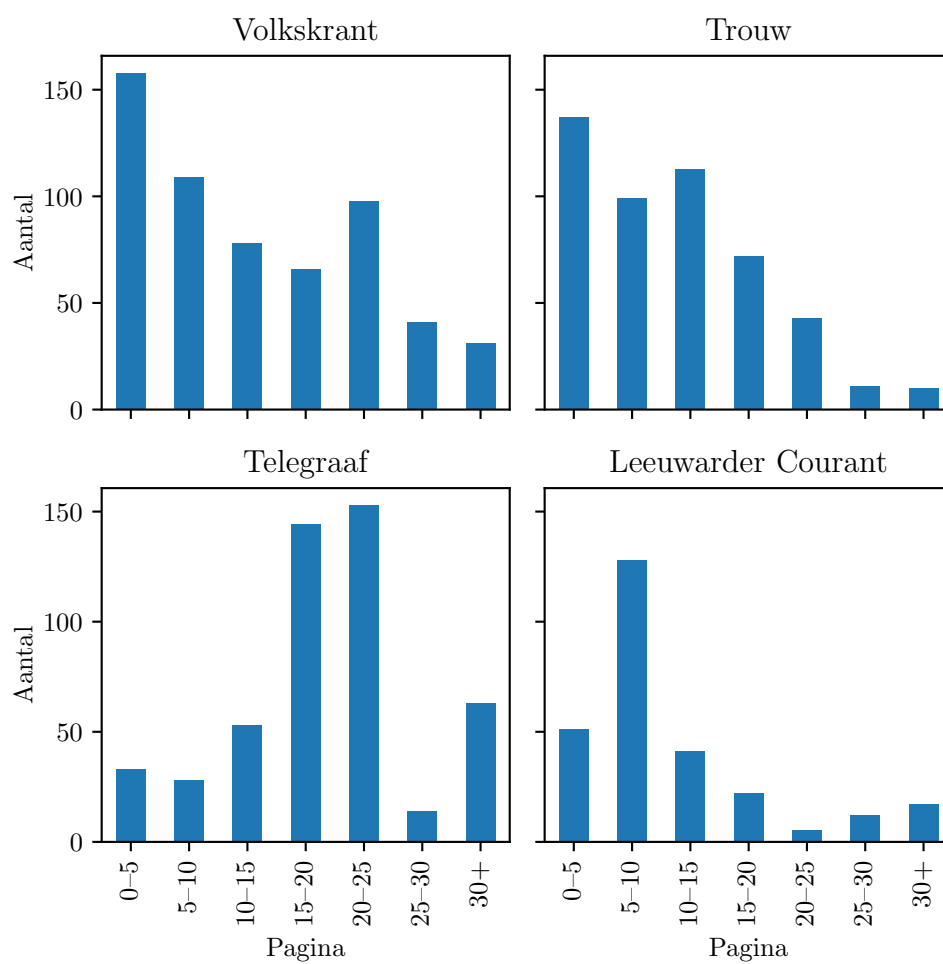
Figuur 6.1: Aantal artikelen waar de zoekterm Brexit in voorkomt per week en krant



in de tweede helft van het jaar (na week 25). In de Volkskrant vind je in 2017 gemiddeld 11, in Trouw en de Telegraaf 9 en in de Leeuwarder Courant 5 artikelen per week waarin de Brexit als term voorkomt.

Tabel 4.3 laat per katern de frequentie zien van artikelen waarin de term Brexit voorkomt. In de Telegraaf verschijnen deze berichten vooral in de katernen ‘Financieel’ (223) en ‘Buitenland’ (158). Bij de Leeuwarder Courant gaat het hoofdzakelijk om de katernen ‘In het nieuws’ (84) en ‘Advertenties’ (72). Ook in de Volkskrant zien we dat de meeste artikelen vooral in twee katernen voorkomen: ‘Ten eerste’ (289) en ‘Opinie en debat’ (113). In Trouw is de berichtgeving meer verspreid over meerdere katernen, waarbij het katern ‘Vandaag’ (128) de meeste artikelen bevat. We zien verder verschillen in waar in de krant artikelen over Brexit te vinden zijn (zie [figuur 6.1](#)). In de Volkskrant en Trouw staan de meeste Brexit artikelen in de eerste 5 pagina’s, in de Leeuwarder Courant staan ze hoofdzakelijk tussen pagina 5 en 10. In de Telegraaf zijn de meeste artikelen juist achterin te vinden (tussen pagina 15 en 25).

Figuur 6.2: Distributies van de paginalocaties van Brexit-artikelen per krant



Tabel 6.1: Enkele beschrijvende statistieken over het aantal gebruikte woorden per krant

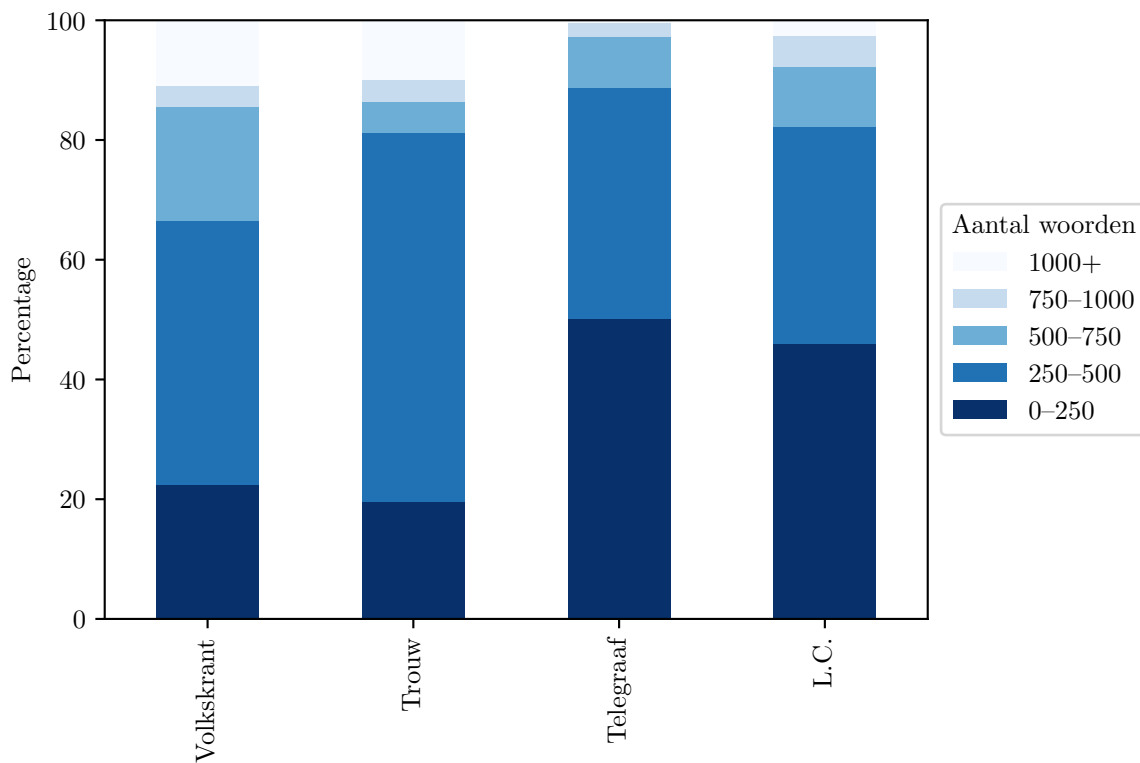
	Volkskrant	Trouw	Telegraaf	L.C.
Maximum	2.273	2.893	1.743	2.360
Gemiddelde	489	436	286	325
Standaard deviatie	377	321	199	277

We hebben al gezien dat de Volkskrant in 2017 de meeste artikelen ‘over Brexit’ gepubliceerd heeft (zie [tabel 4.4](#)). Om de tellingen verder in een context te plaatsen, is het nodig om te weten hoeveel woorden de artikelen in de verschillende kranten doorgaans hebben (zie [tabel 6.1](#)). Een langer artikel kan meer informatie bevatten dan een korter artikel en dus ook naar meer plaatsen verwijzen. De Telegraaf heeft gemiddeld het kleinste aantal woorden per artikel (286), de Volkskrant heeft de langste artikelen (489 woorden gemiddeld). Uit de spreiding van de artikellengte (zie [figuur 6.3](#)) blijkt ook dat bij de Telegraaf (50%) en de Leeuwarder Courant (46%) de grootste groep artikelen niet meer dan 250 woorden bevatten. Bij Trouw (62%) en de Volkskrant (44%) zijn de meeste artikelen tussen de 250 en 500 woorden. Deze kranten onderscheiden zich verder doordat ongeveer 10% bestaat uit lange artikelen (1000+ woorden)—iets dat je bij de andere kranten niet of nauwelijks ziet. De Volkskrant en Trouw hebben dus niet alleen meer artikelen over Brexit geschreven dan de andere kranten maar deze artikelen zijn bovendien gemiddeld een stuk langer.

6.2 Lemma analyse

De kwaliteitskranten gebruiken meer unieke lemma’s dan de populaire en regionale kranten (zie [tabel 6.2](#)). Omdat het aantal geselecteerde artikelen niet gelijk is (zie [tabel 4.4](#)), is ook het aantal unieke lemma’s gedeeld door het totaal aantal artikelen. Dit geeft het gemiddeld aantal unieke lemma’s per artikel. Uit die berekening blijkt dat de Volkskrant (49), de Leeuwarder Courant (47) en Trouw (43) redelijk bij elkaar in de buurt liggen. Telegraaf (31) gebruikt wel behoorlijk minder lemma’s (minder dan tweederde van de Volkskrant). Dit verschil kan duiden op minder rijk taalgebruik, maar ook op een kleiner aantal thema’s en onderwerpen in de populaire krant.

Figuur 6.3: Distributies van de lengte van artikelen in woorden per krant



Tabel 6.2: Aantal unieke lemma's (l) per krant, absoluut en in verhouding tot het totaal aantal artikelen (a)

	Unieke lemma's	l/a
Volkskrant	28.242	49
Trouw	20.787	43
Telegraaf	15.300	31
Leeuwarder Courant	12.924	47

Tabel 6.3: Aantal artikelen dat verwijst naar een bepaald kennisdomein per krant, absoluut en als percentage van het totaal

	Volkskrant		Trouw		Telegraaf		L.C.	
	<i>abs</i>	%	<i>abs</i>	%	<i>abs</i>	%	<i>abs</i>	%
politiek	303	52,2	188	38,8	123	25,2	83	30,1
economie/economisch	220	37,9	242	49,9	179	36,7	105	38,0
sociaal	134	23,1	95	19,6	18	3,7	26	9,4
cultuur/cultureel	73	12,6	67	13,8	9	1,8	10	3,6
geografie/geografisch	7	1,2	7	1,4	4	0,8	3	1.1

Als we de meest voorkomende lemma's met elkaar vergelijken (zie de *lemma clouds* in [bijlage D](#) voor een visuele weergave) dan valt op dat er weinig verschil is te zien tussen de verschillende kranten. Als we naar de dertig meest voorkomende lemma's kijken dan zijn er drie-en-twintig (in verschillende volgordes van belangrijkheid) hetzelfde bij alle kranten. De top vier ('komen', 'gaan', 'eu' en 'jaar') is ook hetzelfde. Er zijn wel subtiele verschillen zichtbaar als we ook naar de minder voorkomende lemma's kijken. Een eerste is dat in de Telegraaf de lemma's 'bedrijf', 'financieel', 'miljard', 'belegger' en 'bank' voorkomen. Dit lijkt samen te hangen met het feit dat de meeste artikelen in die krant voorkomen in het katern 'Financieel'. Een ander verschil is dat bij de Volkskrant het lemma 'politiek' een prominenter plaats inneemt (het 10^{de} meest voorkomende lemma) dan bij de andere kranten.

Dat roept de vraag op of het mogelijk is om een beeld te krijgen van andere accentverschillen in de berichtgeving als we zoeken naar specifieke lemma's. In [tabel 6.3](#) is het aantal artikelen per krant weergegeven waarin de lemma's 'politiek', 'economie', 'sociaal', 'cultuur' en 'geografie' voorkomt. Het is opvallend dat in alle kranten behalve de Volkskrant het lemma 'economie' het meest voorkomt. In Trouw bevat zelfs bijna de helft van de artikelen dit lemma. Hoewel dit lemma ook in de Volkskrant veel voorkomt (38%), is het lemma 'politiek' belangrijker (52%). Dit ligt in het verlengde van de observatie uit de vorige alinea. Verder valt op dat de lemma's 'sociaal' en 'cultuur' in de kwaliteitskranten veel vaker voorkomen dan in de populaire en regionale krant (zeven keer vaker dan in de Telegraaf, drie-en-half keer vaker dan de Leeuwarder Courant). De term 'geografie' komt in geen van de kranten veel voor.

Tabel 6.4: Aantal artikelen dat verwijst naar enkele geselecteerde politici per krant, absoluut en als percentage van het totaal

		Volkskrant		Trouw		Telegraaf		L.C.	
		<i>abs</i>	%	<i>abs</i>	%	<i>abs</i>	%	<i>abs</i>	%
NL	Rutte	94	16,2	58	12,0	51	10,5	34	12,3
	Koenders	5	0,9	6	1,2	2	0,4	5	1,8
	Baudet	15	2,6	14	2,9	1	0,2	4	1,4
	Wilders	41	7,1	34	7,0	18	3,7	18	6,5
UK	May	197	33,9	168	34,6	132	27,0	93	33,7
	Corbyn	52	9,0	37	7,6	24	4,9	15	5,4
	Johnson	61	10,5	28	5,8	25	5,1	14	5,1
	Davis	41	7,1	21	4,3	19	3,9	21	7,6
	Farage	23	4,0	19	3,9	9	1,8	7	2,5
EU	Juncker	51	8,8	36	7,4	27	5,5	16	5,8
	Tusk	39	6,7	37	7,6	17	3,5	14	5,1
	Barnier	34	5,9	32	6,6	23	4,7	23	8,3
Europa	Merkel	86	14,8	41	8,5	31	6,4	11	4,0
	Macron	89	15,3	24	4,9	29	5,9	12	4,3
Wereld	Trump	193	33,2	146	30,1	110	22,5	64	23,2
	Xi	8	1,4	13	2,7	2	0,4	3	1,1

Bovenstaande observaties geven reden om aan te nemen dat de politieke en economische invalshoek bepalend zijn in de berichtgeving over de Brexit. Het is vanuit een geografische invalshoek interessant om na te gaan welke politieke actoren dan een rol spelen in de inhoud. In tabel 6.4 is voor een aantal Nederlandse, Engelse, EU-, Europese en ‘wereld-’ politici weergegeven in hoeveel artikelen naar ze wordt verwezen. De Volkskrant verwijst het meest naar de onderzochte politici. Het is opvallend dat Trump in alle kranten veel voorkomt – in de Volkskrant zelfs even vaak als May. Van de Nederlandse politici krijgt Wilders relatief veel aandacht. Dit lijkt er op te wijzen dat populisme een belangrijk thema is dat kranten aan de Brexit koppelen. De EU-politici krijgen in alle kranten minder aandacht dan de landelijke politici.

6.2.1 Schaalniveau op basis van geografische lemmas

Door het gebruik van geografische lemma's te inspecteren, kunnen we proberen om een indruk te krijgen van het schaalniveau waarop de berichtgeving plaatsvindt. In [tabel 6.5](#) is voor een reeks lemma's die verwijzen naar geografische entiteiten aangegeven in hoeveel artikelen deze voorkomen. Als we enkele voorbeelden bekijken dan blijkt de interpretatie van de gekozen lemma's niet eenduidig. De lemma's 'plaats' en 'gebied' verwijzen in de volgende voorbeelden niet naar geografische entiteiten:

“Stertil in het nietige Kootstertille is wereldmarktleider op het gebied van hefbruggen voor trucks en bussen.” (leeuw_0134)

“Dan blijkt een banenplan vooral veel geld te kosten, in plaats van extra werk op te leveren.” (teleg_0085)

Het lemma 'buurt' heeft doorgaans wel een geografische betekenis maar hoeft dan niet per se te verwijzen naar de buurt als gedeelte van een stad:

“Is er voldoende en geschikte kantoorruimte (Amsterdam wil een gebouw optrekken aan de Zuidas), ligt er een vliegveld in de buurt (Schiphol), zijn er scholen voor de kinderen van de expats en banen voor de partners die meekomen?” (volks_0536)

Het lemma 'regio' verwijst niet naar een vast schaalniveau:

“Opvallend is dat Den Haag als derde stad in de ranglijst buiten de toptien valt, achter bijvoorbeeld de Brabantse regio's.” (trouw_0118)

“Ze waarschuwt dat het o zo makkelijk is het Europese project met al zijn tekortkomingen te bekritisieren, en dat het moeilijker is te zien wat er allemaal bereikt is, en waar mensen buiten die regio zo naar verlangen.” (trouw_0187)

De overige lemma's blijken in de meeste gevallen wel naar het verwachte schaalniveau te verwijzen. Soms duidt de aanwezigheid van deze lemma's inderdaad op rijke geografische informatie:

Tabel 6.5: Aantal artikelen met geografische lemma's per krant, absoluut en als percentage van het totaal

	Volkskrant		Trouw		Telegraaf		L.C.	
	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%
<i>plaats*</i>	127	21,9	113	23,3	60	12,3	30,0	10,9
<i>gebied*</i>	46	7,9	65	13,4	30	6,1	19,0	6,9
buurt	22	3,8	8	1,6	13	2,7	5,0	1,8
wijk	27	4,6	15	3,1	3	0,6	8,0	2,9
dorp	19	3,3	8	1,6	4	0,8	6,0	2,2
stad	79	13,6	78	16,1	43	8,8	20,0	7,2
regio	30	5,2	36	7,4	18	3,7	11,0	4,0
district	16	2,8	4	0,8	7	1,4	3,0	1,1
graafschap	8	1,4	2	0,4	4	0,8	0	0,0
provincie	14	2,4	10	2,1	4	0,8	3,0	1,1
land	328	56,5	294	60,6	217	44,5	115,0	41,7

*) Deze lemma's verwijzen in veel gevallen niet naar geografische entiteiten

“Samen met klasgenoten van de St Joseph’s school uit de Bogside, de fameuze katholieke wijk uit Derry, maakt hij een wandeling door The Fountain, een protestantse enclave aan de katholieke westoever van de Noord-Ierse stad die zo zwaar heeft geleden onder The Troubles, de strijd tussen protestanten en katholieken.”
(*volks_0116*)

Een mooi voorbeeld van geografische beeldvorming bij het lemma ‘land’:

“Wie zegt er dat Duitsers geen humor hebben? Dat wordt namelijk in ons land vaak over de toch wat stugge oosterburen beweerd. Maar een blik naar de praalwagens op het Keulse carnaval leert ons dat het toch anders kan. Ze nemen de hele wereld op de hak en steken ook de draak met politici uit eigen land .” (*teleg_0106*)

Uit de tellingen van bovengenoemde geografische lemma's blijkt dat landen verreweg het meest dominante schaalniveau zijn. In de Leeuwarder Courant is het percentage artikelen waar het lemma ‘land’ in voorkomt het laagst van alle kranten (42%). Dit kun je als bewijs beschouwen voor hypothese 5

Tabel 6.6: Aantal unieke plaatsnamen per geografische categorie en krant

	Volkskrant	Trouw	Telegraaf	L.C.
Landen	113	106	71	71
Steden	282	203	134	123
- Wereld	153	116	65	65
- V.K.	71	47	32	16
- Nederland	56	39	37	32
- Friesland	2	1	0	10
Totaal	395	309	205	194

(zie [paragraaf 4.1.3](#)) die stelt dat regionale kranten meer aandacht hebben voor de eigen regio. Tegelijkertijd strookt deze observatie niet met hypothese 6 die stelt dat de populaire krant meer aandacht heeft voor het landelijke schaalniveau dan de andere kranten. In de Telegraaf komt het lemma namelijk minder vaak voor dan in de kwaliteitskranten (45%). Het lemma ‘stad’ is na ‘land’ het meest voorkomend (als we de ambigue lemma’s ‘plaats’ en ‘gebied’ negeren). In de kwaliteitskranten komt dit lemma relatief ongeveer twee keer zo vaak voor als in de populaire en regionale kranten. Ook het lemma ‘wijk’ komt veel meer voor in de kwaliteitskranten (Volkskrant: 5% en Trouw: 3%). Dat is ongeveer twee keer zoveel als de Leeuwarder Courant (2%). Bij de Telegraaf zijn er slechts drie artikelen waarin het lemma ‘wijk’ voorkomt. Behalve voor het lemma ‘regio’ gebruikt de Volkskrant de overige geografische lemma’s het meest van alle kranten.

6.3 Toponiemenanalyse

De eenheid van analyse in dit onderzoek is de berichtgeving over Brexit in een krant in de periode van een heel jaar. Als je in 2017 alle artikelen over Brexit in de Volkskrant leest dan krijg je bijna 30% meer unieke toponiemen te zien dan als je Trouw leest (zie [tabel 6.6](#)). In vergelijking met de Telegraaf en de Leeuwarder Courant krijg je zelfs bijna twee keer zoveel unieke toponiemen te zien. Voordat we inhoudelijk kijken naar welke toponiemen dat dan zijn, is het nuttig om deze cijfers verder te contextualiseren. Als we het aantal unieke toponiemen bekijken als functie van het totaal aantal woorden in de berichtgeving (zie [tabel 6.7](#)) dan blijkt dat je in Trouw en

Tabel 6.7: Aantal woorden/artikelen per unieke plaatsnaam en krant

	Woorden	Artikelen
Volkskrant	718,7	1,5
Trouw	684,8	1,6
Telegraaf	680,8	2,4
L.C.	461,9	1,4

de Telegraaf gemiddeld ongeveer hetzelfde aantal woorden (rond 680) moet lezen om een nieuwe plaatsnaam tegen te komen. Bij de Volkskrant ligt het gemiddelde iets hoger (718) en bij de Leeuwarder Courant een stuk lager (462). Kijken we naar het gemiddeld aantal artikelen dat je moet doorlezen om een nieuwe plaatsnaam tegen te komen, dan blijken juist de Leeuwarder Courant, Trouw en de Volkskrant op een lijn te liggen (1,5 artikelen gemiddeld). Bij de Telegraaf is dat gemiddeld 2,4 artikelen. Dit zegt ons dat de onderzochte kranten verschillen in de frequentie en dichtheid waarmee ze plaatsnamen gebruiken. Overigens zijn toponiemen alomtegenwoordig: geen van de onderzochte artikelen is toponiemloos.

De kranten bevatten meer *unieke* verwijzingen naar steden dan landen. Dat is op zich niet vreemd; het aantal steden in de wereld is vele malen groter dan het aantal landen. Uit de lemma analyse in [paragraaf 6.2.1](#) bleek het nationale niveau niettemin de dominante geografische schaal te zijn. Als we per geografische categorie nagaan in hoeveel artikelen plaatsnamen voorkomen dan zien we deze constatering bevestigd voor drie van de vier kranten (zie [figuur 6.4](#)). In gemiddeld 83% van de artikelen komt ten minste één land voor. Steden komen in vergelijking minder voor (74%). De Telegraaf verschilt van de andere kranten in dat het percentage landen en steden in deze krant nagenoeg gelijk is (rond de 75–77%). Als we de categorie steden verder uitsplitsen, dan zien we dat wereldsteden het meest voorkomen (42–57%). Met uitzondering van de Telegraaf komen steden in het Verenigd Koninkrijk vaker voor (30–40%) dan steden in Nederland (rond 25%). Friese steden komen vrijwel alleen in artikelen van de Leeuwarder Courant voor (7%). Het is opvallend dat de Telegraaf in vrijwel elke categorie het kleinste percentage plaatsnamen laat zien behalve als het gaat om Nederlandse steden; maar liefst 38% van de artikelen in de Telegraaf noemt ten minste één Nederlandse stad.

Tabel 6.8: Absoluut aantal verwijzingen per geografische categorie en krant

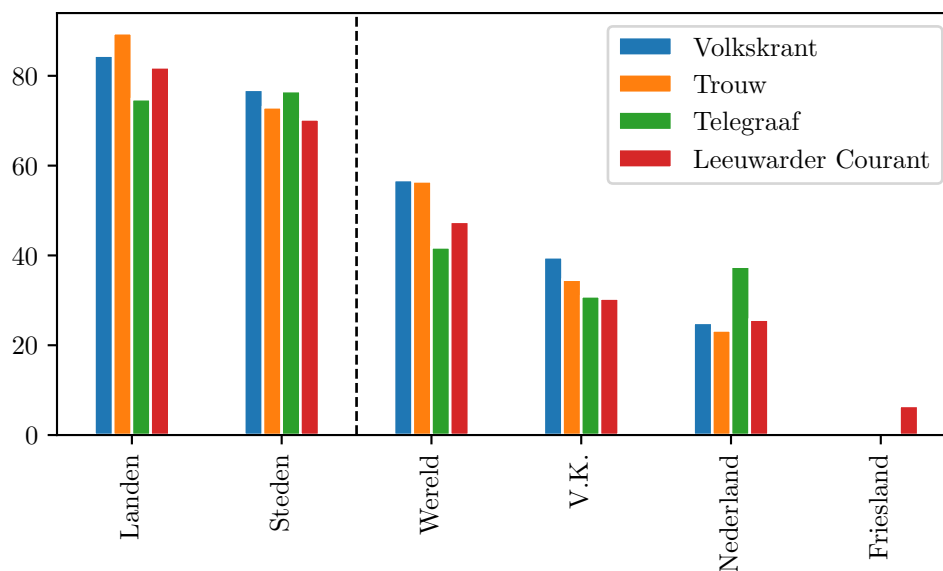
	Volkskrant		Trouw		Telegraaf		L.C.	
	<i>abs</i>	%	<i>abs</i>	%	<i>abs</i>	%	<i>abs</i>	%
Landen	3.631	59.8	3.574	66.5	1.764	57.7	1.254	62.5
Steden	2.438	40.2	1.798	33.5	1.292	42.3	751	37.5
- Wereld	1.180	19.4	1.025	19.1	553	18.1	338	16.9
- V.K.	728	12.0	461	8.6	319	10.4	165	8.2
- Nederland	528	8.7	310	5.8	420	13.7	203	10.1
- Friesland	2	0.0	2	0.0	0	0.0	45	2.2
Totaal	6.069	100.0	5.372	100.0	3.056	100.0	2.005	100.0

Het is ook mogelijk om naar het totale volume van verwijzingen te kijken. In dat geval tellen we elke verwijzing mee—dus ook meerdere keren per artikel. Ook dan wordt er vaker naar landen verwezen dan naar steden (zie tabel 6.8). In de Volkskrant en de Telegraaf vind je relatief gezien de meeste verwijzingen naar steden (ongeveer 40% van het totaal). Bij Trouw verwijst één derde van de toponiemen naar het stedelijke schaalniveau. Als we de categorie steden verder uitsplitsen dan zien we dat de Telegraaf de grootste verhouding verwijzingen heeft naar plaatsen in Nederland (14%), gevolgd door de Leeuwarder Courant (10%). Bij Trouw is het percentage het laagst (6%). Ook hier zien we dat Friese steden alleen maar voorkomen in de Leeuwarder Courant. 2% van de gevonden toponiemen verwijst naar een Friese stad. Als we kijken naar Nederlandse toponiemen dan betreft dat ongeveer een vijfde van het totaal.

In wat volgt zullen we deze frequenties verder uitsplitsen naar specifieke landen en steden. De frequentie waarin toponiemen voorkomen in de artikelen nemen we daarbij als een maat voor geografische kwaliteit (zie paragraaf 4.1.2). Enkele kanttekeningen hierbij:

1. De volgende analyses zullen veelal kijken naar verhoudingen, maar zullen net als tabel 6.8 in sommige gevallen ook absolute aantallen rapporteren. Een krant die over een bepaald onderwerp een groter absoluut volume aan artikelen en tekst produceert, zal waarschijnlijk ook in absoluut volume meer toponiemen gebruiken. Dit betekent dat we altijd rekening moeten houden met het totale volume dat een krant produceert.

Figuur 6.4: Percentage artikelen waarin ten minste één toponiem voorkomt per geografische categorie en krant



2. Niettemin is de eenheid van analyse in dit onderzoek de berichtgeving over een heel jaar. Om die reden is het verschil in absoluut volume wél betekenisvol. Het draait in dit onderzoek uiteindelijk om hoeveel geografische informatie je tot je neemt als je een heel jaar de berichtgeving volgt over de Brexit in een bepaalde krant. Een krant met meer en langere artikelen kan meer informatie overbrengen dan een krant met minder en kortere artikelen.
3. Dit is geen inhoudelijke analyse. Het is echter onmogelijk om de resultaten te interpreteren zonder óók een beeld te hebben van de onderliggende inhoud. Om die reden zullen we bij elke categorie toponiemen een kleine willekeurige steekproef bekijken om in ieder geval iets van de context mee te krijgen. Het doel is niet om de inhoud volledig of systematisch te onderzoeken. Wat gerapporteerd is, komt voort uit de steekproef en zal geïllustreerd worden met een of meerdere citaten.

6.3.1 Verwijzingen naar landen

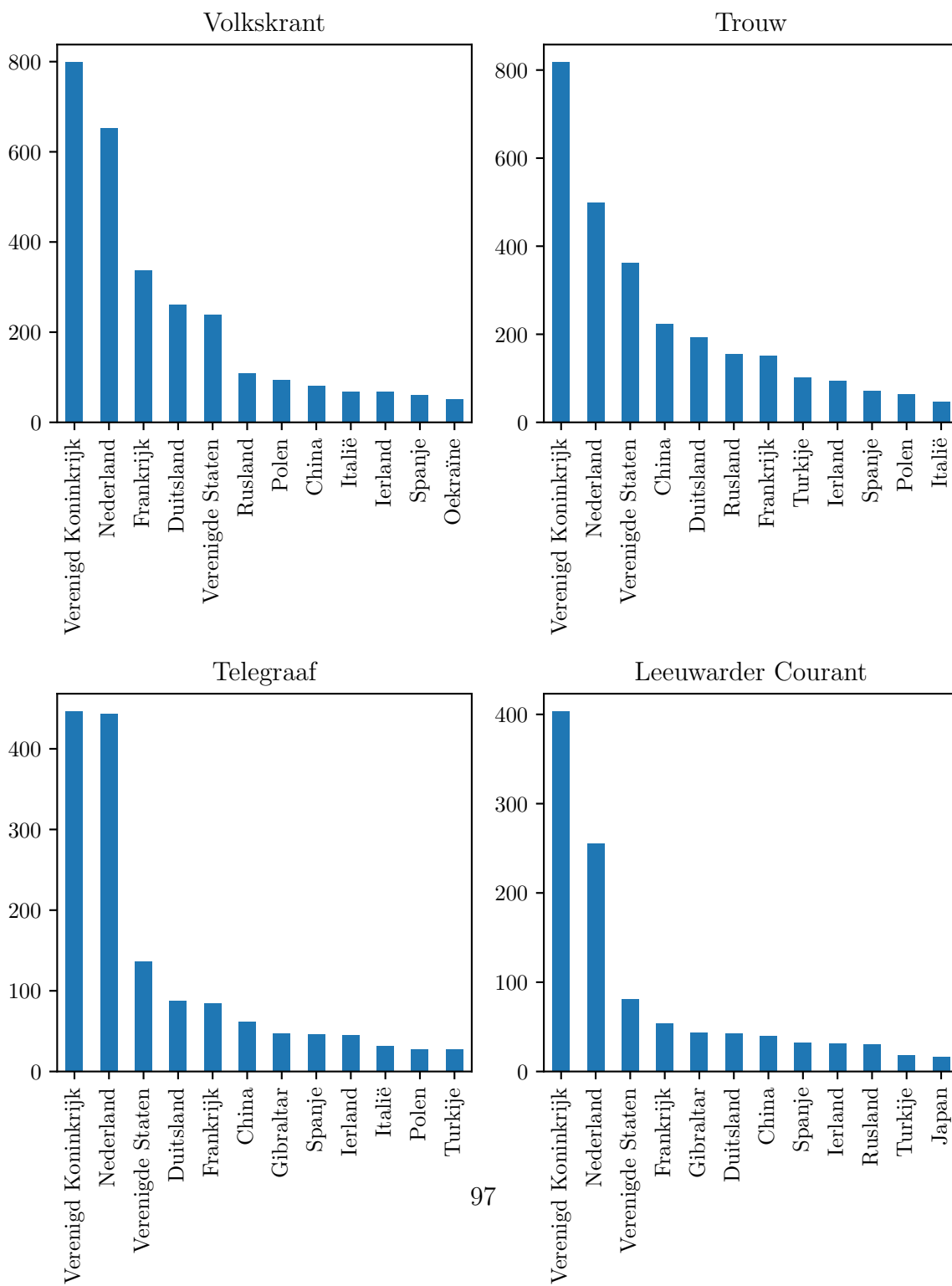
In deze paragraaf zullen we het gebruik van landsnamen analyseren. Figuren 6.7 tot en met 6.10 brengen voor alle landen in de wereld in choropleth vorm in kaart hoe vaak ze genoemd zijn binnen de berichtgeving van de respectievelijke dagbladen. Het gaat hier dus om de geografische spreiding die ontstaat als we *elke* vermelding van een toponiem meetellen—dus eventueel meerdere keren per artikel. Uit de kaarten blijkt allereerst dat de kwaliteitskranten in absoluut opzicht veel vaker naar landen verwijzen dan de andere kranten (meer dan twee keer zoveel). Ook als je compenseert voor het verschil in het aantal artikelen vind je meer verwijzingen in de kwaliteitskranten dan in de andere kranten. In de Volkskrant, Trouw en de Leeuwarder Courant is het Verenigd Koninkrijk het meest genoemde land. In de Telegraaf is dat Nederland, hoewel het verschil met het Verenigd Koninkrijk verwaarloosbaar is. Terwijl Nederland in de Telegraaf even vaak voorkomt als het Verenigd Koninkrijk, ligt de nadruk bij de andere kranten op het Verenigd Koninkrijk. De Volkskrant noemt het Verenigd Koninkrijk 20% vaker dan Nederland; Trouw en de Leeuwarder Courant 40% vaker.

De Volkskrant noemt de Verenigde Staten minder vaak dan Frankrijk en Duitsland. Dat is interessant gezien het feit dat Trump zo'n populair onderwerp is in die krant (zie tabel 6.4). In de andere kranten zijn de Verenigde Staten het belangrijkste land na Nederland en het Verenigd Koninkrijk. Wel bevinden de meeste landen waarnaar kranten verwijzen zich in Europa. In de Telegraaf is dat acht van de tien en in de Volkskrant, de Leeuwarder Courant en Trouw zeven van de tien meest genoemde landen. Frankrijk en Duitsland zijn in alle kranten de meest belangrijke Europese landen buiten Nederland en het Verenigd Koninkrijk. In de kwaliteitskranten komen deze landen wel vaker voor: je moet in de andere kranten gemiddeld bijna twee keer zoveel artikelen lezen om een verwijzing tegen te komen. Verder valt op dat de kwaliteitskranten een groter accent leggen op China en Rusland dan de andere kranten. De Telegraaf en de Leeuwarder Courant laten een kleinere geografische spreiding dan de kwaliteitskranten. In tabel 6.9 is per krant uiteengezet hoeveel landen per regio en subregio ten minste één keer zijn genoemd. Landen in Afrika en Zuid-Amerika komen ongeveer twee keer minder voor. Landen in Azië komen één derde minder voor. De kwaliteitskranten laten een vergelijkbare hoeveelheid spreiding zien.

Tabel 6.9: Aantal landen dat in de berichtgeving ten minste één keer wordt genoemd per krant, uitgesplitst naar regio en subregio

Regio	Subregio	Volkskrant	Trouw	Telegraaf	L.C.
Europa	Noord-Europa	10	10	10	9
	Oost-Europa	8	10	8	9
	Zuid-Europa	12	11	9	10
	West-Europa	8	7	7	7
	Subtotaal	38	38	34	35
Azië	Oost-Azië	6	6	5	4
	Zuidoost-Azië	7	6	2	2
	Zuid-Azië	6	7	4	4
	Centraal Azië	1	1	0	0
	West-Azië	11	11	6	8
Subtotaal	31	31	17	18	
Afrika	Noord-Afrika	5	6	5	3
	Oost-Afrika	8	4	1	1
	Midden-Afrika	3	3	2	2
	Zuid-Afrika	2	1	1	1
	West-Afrika	2	6	2	1
Subtotaal	20	20	11	8	
Amerika	Noord-Amerika	4	3	2	2
	Caraïben	4	2	2	0
	Midden-Amerika	2	2	2	1
	Zuid-Amerika	10	8	3	5
Subtotaal	20	15	9	8	
Oceanië	Australië en Nieuw-Zeeland	2	2	0	1
	Polynesië	1	0	0	1
	Subtotaal	3	2	0	2
Poolgebied		1	0	0	0
Totaal		113	106	71	71

Figuur 6.5: Distributies van de frequenties van de twaalf landen waarnaar het meest wordt verwezen per krant



Tabel 6.10: Tien landen waarbij de verhouding tussen het totaal aantal verwijzingen (v) en het aantal artikelen (a) waarin ze voorkomen het grootst is per krant

	Volkskrant		Trouw		Telegraaf		Leeuwarder Courant	
	Land	v/a	Land	v/a	Land	v/a	Land	v/a
1	Gibraltar	3,5	China	5,0	Gibraltar	9,4	Gibraltar	8,8
2	Nederland	3,0	Turkije	3,5	Nederland	2,8	China	3,3
3	Frankrijk	2,9	Rusland	3,4	Spanje	2,6	Rusland	3,0
4	Rusland	2,4	Nederland	2,7	India	2,3	Nederland	2,7
5	Duitsland	2,1	India	2,3	Turkije	2,2	Spanje	2,7
6	Hongarije	2,0	Duitsland	2,2	China	2,0	Marokko	2,4
7	Canada	2,0	Japan	2,1	V.K.	1,6	Canada	2,2
8	China	1,9	Verenigde Staten	2,0	Duitsland	1,6	Turkije	2,0
9	V.K.	1,8	Spanje	1,9	Frankrijk	1,6	Frankrijk	1,9
10	Polen	1,8	V.K.	1,8	Italië	1,6	V.K.	1,7

Als we de totale frequentie als indicator gebruiken om te bepalen welke landen per krant relatief het belangrijkste zijn dan blijken de kranten niet veel van elkaar af te wijken. De top tien meest genoemde toponiemen per krant kent acht gemeenschappelijke landen. Hoewel de kranten in dit opzicht inhoudelijk op elkaar lijken, is er wel een verschil in hoe de frequenties van de meestvoorkomende plaatsnamen zijn gedistribueerd. De afstand tussen de frequenties van de twee meestvoorkomende landen en de rest is groter in de Telegraaf en in mindere mate de Leeuwarder Courant dan bij de kwaliteitskranten (zie [figuur 6.5](#)). Dit is in lijn met de hypothese dat kwaliteitskranten meer in balans zijn dan de overige kranten (zie hypothese 3 in [paragraaf 4.1.3](#)). Het betekent dat de populaire en regionale krant hun aandacht concentreren op een kleiner aantal landen. De aanname is dat dit leidt tot een minder rijk beeld van een complexe geografische werkelijkheid.

In dit onderzoek is ervoor gekozen om de totale frequentie in kaart te brengen. Het is echter mogelijk om hier andere keuzen in te maken. Je kunt bijvoorbeeld ook kijken naar het aantal artikelen waarin een toponiem voorkomt. In dat geval telt een toponiem per artikel maar één keer mee. Beide indicatoren hebben de eigenschap dat toponiemen die in veel artikelen voorkomen hoog scoren. Als deze toponiemen doorgaans slechts eenmalig worden genoemd in een artikel dan hoeven deze verwijzingen niet per se veel

geografische informatie te bevatten. Een alternatief is om te kijken naar de verhouding tussen het totaal aantal verwijzingen (v) en het totaal aantal artikelen waarin ze genoemd worden (a). Deze indicator is erg gevoelig voor een kleine v en een grote a (bijvoorbeeld een land dat in één artikel voorkomt en daarin vaak wordt genoemd, krijgt een hoge score). Om die reden is het bij deze indicator nodig om een ondergrens te stellen en alleen naar toponiemen te kijken die in genoeg artikelen voorkomen.

Als we deze indicator met een ondergrens van 30 toepassen op landsnamen dan komt een andere verzameling landen als belangrijkste naar boven (zie tabel 6.10). Het valt bijvoorbeeld op dat Gibraltar een onderwerp is dat gretig aftrek vindt in alle kranten. Uit de relevante artikelen blijkt dat deze aandacht samenhangt met het door Spanje verkregen vetorecht in de Brexitonderhandelingen. In totaal zijn er zeven-en-twintig artikelen waarin Gibraltar als onderwerp voorkomt. In meerdere artikelen komt in meer of minder detail de historisch-geografische context voorbij:

“De Engelsen en de Nederlanders sloegen een mooie slag door in augustus 1704 gezamenlijk Gibraltar in te nemen. Hun verbond kwam uiteindelijk ook als sterkste uit de Spaanse Successieoorlog. Maar één persoon die zowel Spanje als de Duitse gebieden zou regeren vonden Engeland en Nederland evenmin wenselijk. Filips V mocht nu blijven, onder voorwaarde dat hij zijn rechten op de Franse troon opgaf.” (trouw_0183)

Het feit dat deze indicator een andere ranking laat zien, geeft aan dat er aspecten zijn aan het toponiemengebruik die dit onderzoek niet zal openbaren. Het Verenigd Koninkrijk is in absolute zin het meest genoemde land maar bevindt zich in alle kranten in de tweede helft van de top tien. Wat het Verenigd Koninkrijk in dat opzicht anders maakt dan bijvoorbeeld Nederland is niet direct duidelijk. Deze vraag zullen we hier niet verder onderzoeken. Wel kunnen we vaststellen dat het niet zondermeer mogelijk is om conclusies te trekken zoals: “het Verenigd Koninkrijk wordt het meest genoemd, dus daarover is de meeste geografische informatie te vinden.” Uiteraard is het op basis van dit type onderzoek ook niet mogelijk om iets te zeggen over de inhoudelijke kwaliteit van de berichtgeving. Neem het volgende voorbeeld:

“Op 23 juni vorig jaar spraken de inwoners van het Verenigd Koninkrijk zich met een meerderheid van 51,9 procent uit om hun land te laten uittreden uit de Europese Unie.” (leeww_0064)

Achter dit simpele statement gaat een complexe werkelijkheid schuil. Ten eerste hebben niet alle inwoners gestemd (de opkomst was rond de 72%). Ten tweede zijn de ‘inwoners van het Verenigd Koninkrijk’ geen homogene groep: onder andere leeftijd, sociale klasse, genoten onderwijs maar ook woonplaats en herkomst laten scheidslijnen zien in hoe mensen hebben gestemd. Geen van deze nuances wordt duidelijk als de passage leest. Als dat soort nuances niet of weinig voorkomen in een krant dan kan dat bij een een argeloze lezer tot simplistische beeldvorming leiden. Zoals ook al in het vorige hoofdstuk is gesteld: aanwezigheid van toponiemen is geen voldoende voorwaarde voor geografische informatie (zie ook [paragraaf 4.1.1](#)).

Hoewel je allerlei aanvullende vragen kunt stellen over de gevonden resultaten, zullen we de landenanalyse hierbij laten. De belangrijkste bevindingen zijn dat kwaliteitskranten met een hogere frequentie naar meer verschillende landen verwijzen dan de andere kranten. Ook is de aandacht van kwaliteitskranten meer verspreid dan bij de andere kranten (hoewel alle kranten een sterke concentratie laten zien). De populaire krant heeft een lichte voorkeur voor Nederland. Verder hebben we vastgesteld dat de gebruikte methode geen onderscheid maakt tussen landen die in meerdere artikelen één of enkele keren worden genoemd en landen die in enkele artikelen meerdere keren worden genoemd. Dit zal ook gelden voor de volgende analyses op stedelijk niveau.

6.3.2 Gebruik van plaatsnamen

Om het gebruik en de spreiding van plaatsnamen te analyseren zijn de volgende kaarten gemaakt:

<i>Wereld</i>	Plaatsen buiten Nederland en het V.K. (6.11–6.14)
<i>Europa</i>	Plaatsen in Europa zonder Nederland en het V.K. (6.15–6.18)
<i>V.K.</i>	Plaatsen in het Verenigd Koninkrijk (6.19–6.22)
<i>Nederland</i>	Plaatsen in Nederland (6.23–6.26)

Op deze kaarten is elke plaats die genoemd is in de berichtgeving weergegeven als punt. De grootte van de punt correspondeert met het totaal aantal keer dat de plaats in de berichtgeving genoemd is. Daarbij is elke verwijzing meegeteld (een toponiem kan dus meerdere keren per artikel geteld zijn). Verder is de naam van de plaats aan de kaart toegevoegd indien de plaats meer dan vijf keer voorkomt. Deze ondergrens is voor de wereldkaart verhoogd naar twintig omdat deze anders onleesbaar wordt.

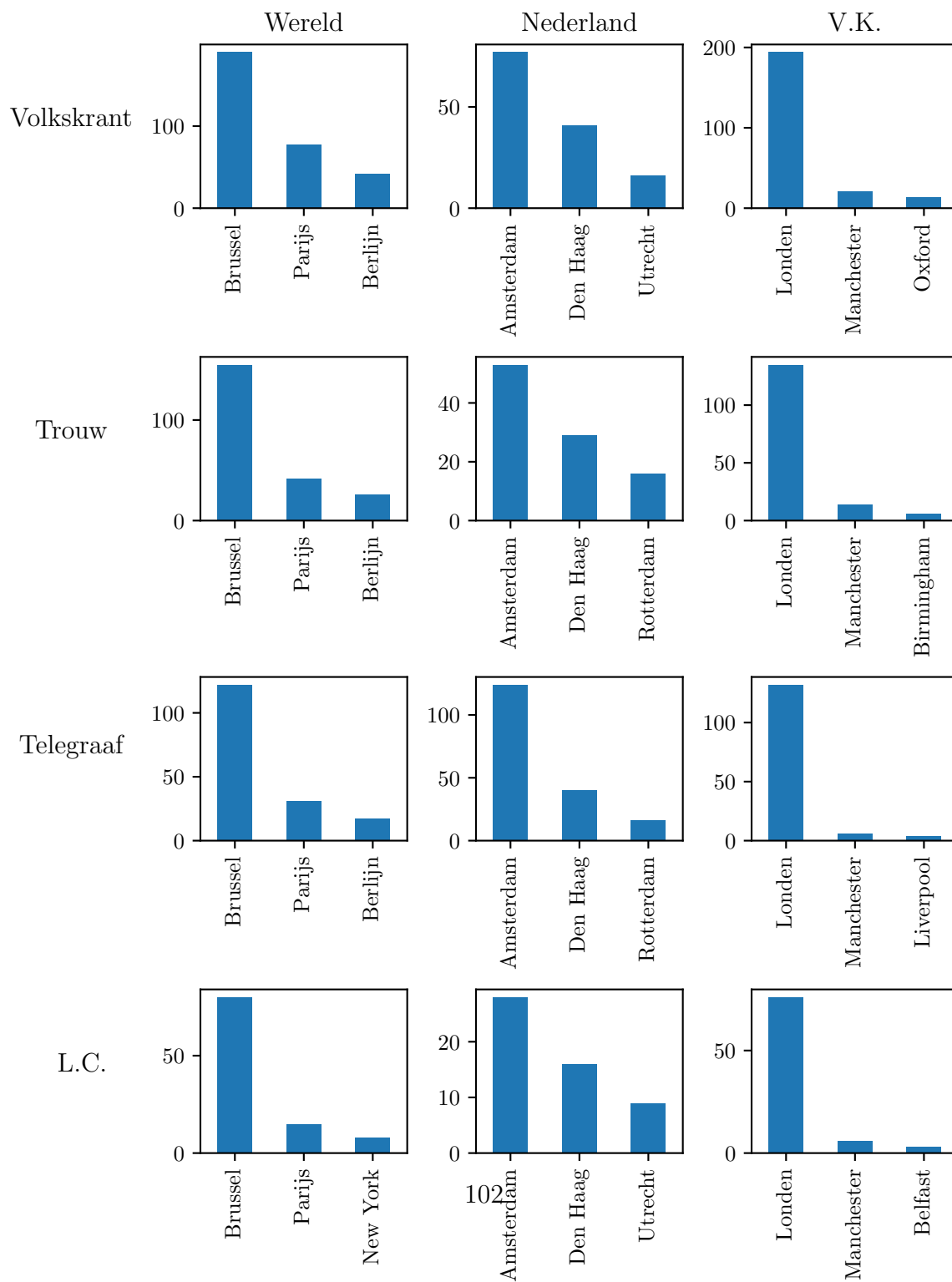
Voordat we in meer detail ingaan op de resultaten per geografische entiteit zullen bij enkele overkoepelende observaties stilstaan. Allereerst valt op dat het nieuws voor alle kranten hoofdzakelijk in Europa gelocaliseerd is. Dit hoeft geen verbazing te wekken. Het onderzochte onderwerp is bij uitstek een Europese aangelegenheid. Hypothese 2 (zie [paragraaf 4.1.3](#)) spreekt de verwachting uit dat kwaliteitskranten een grotere spreiding zullen laten zien dan de populaire en regionale kranten. Inspectie van de vier kaartensets lijkt dit op alle niveaus inderdaad te bevestigen. Het gaat daarbij dan niet per se om een groter oppervlakte dat kwaliteitskranten bestrijken. De kwaliteitskranten laten wel duidelijk een grotere dichtheid aan plaatsen zien. Ook komt in de berichtgeving van de kwaliteitskranten een diversere verzameling van plaatsen voorbij dan in berichtgeving van de populaire en regionale krant (zie [tabel 6.6](#)).

Hypothese 3a stelt dat de steden met veel journalisten vaker in het nieuws zullen zijn. Zonder uitzondering vertonen alle kaarten de volgende dominante kernen: Londen, Amsterdam en Brussel. Volgens Hypothese 3b zullen kwaliteitskranten echter een betere balans laten zien tussen de plaatsen die in de berichtgeving voorkomen. In [figuur 6.6](#) is per krant en per geografische categorie aangegeven in hoeveel artikelen in 2017 de drie meest voorkomende plaatsnamen voorkomen. Uit deze figuur blijkt dat de meest scheve verdeling bestaat bij de plaatsen binnen het Verenigd Koninkrijk. Manchester komt in de Telegraaf naar verhouding in slechts 5% van het aantal artikelen voor als Londen. Bij Trouw (10%), de Volkskrant (11%) en ook de Leeuwarder Courant (8%) ligt dat percentage wat hoger. Binnen Nederland is de verdeling het minst scheef. Met name bij de Telegraaf zijn de verschillen tussen de nummers één en nummers twee het grootst (zie [tabel 6.11](#)). De Volkskrant laat bij de wereldplaatsen het meeste evenwicht zien. Parijs komt 60% minder vaak voor dan Brussel. Dit verschil is aanzienlijk groter bij de andere kranten: bij de Leeuwarder Courant 81%, bij de Telegraaf (75%) en bij Trouw (73%).

Plaatsen buiten V.K. en Nederland

Bestudering van de wereld- en Europese kaarten laten enkele patronen zien. We vinden in alle kranten meer West-Europese dan Zuid- en Oost-Europese steden in de berichtgeving. Na West-Europa bevinden de meeste steden zich in Noord-Amerika—met uitzondering van de Leeuwarder Courant waar de tweede regio Zuid-Europa is (11 steden). De andere continenten zijn in be-

Figuur 6.6: Distributies van de frequentie waarin toponiemen in een artikel voorkomen per geografische categorie en krant



Tabel 6.11: Tweede plaats uitgedrukt als procentuele afname van de frequentie van de meest genoemde plaats per geografische categorie en krant

	Volkskrant	Trouw	Telegraaf	Leeuwarder Courant
Wereld	59,5	72,9	74,6	81,2
Nederland	46,8	45,3	67,7	42,9
V.K.	89,2	89,6	95,5	92,1

perkere mate vertegenwoordigd. Verder zien we bij sommige kranten enkele eigenaardigheden. In de Volkskrant vinden we de meeste (7) Afrikaanse steden (zie [figuur 6.11](#)). In Trouw vinden we juist de meeste steden (7) in Azië (zie [figuur 6.12](#)). Het lijkt erop dat deze kenmerken vaak door één of enkele artikelen worden veroorzaakt. Zo komen twee van de Afrikaanse vermeldingen in de Volkskrant uit één (geografisch interessant) artikel over de migratiestromen van Somalische gemeenschappen:

“Amal Ahmed (21), die haar oudere zuster vanuit Tilburg naar Birmingham volgde, spaart nu voor haar vertrek. Ze wil naar Nairobi waar de rest van haar familie is. ‘Ik heb schoon genoeg van het racisme in Europa. Mensen zeiden dat het hier beter zou zijn, maar Engelsen zijn nog veel erger.’ Ook Miski Omar van de stoffenwinkel wil eigenlijk niets liever dan terug naar de Somalische hoofdstad Mogadishu, haar geboorteplaats.” (volks_0010)

Brussel is in alle kranten de meest voorkomende stad die niet in het Verenigd Koninkrijk of Nederland ligt (zie [figuur 6.6](#)). In bijna alle onderzochte gevallen fungeert Brussel in deze artikelen als *pars pro toto* voor de Europese Unie:

“Eerder deze week was er nog een struikelpartij, toen de Noord-Ierse gedoogpartner van de Britse regering - de DUP - voor een eerste deal met Brussel ging liggen.” (trouw_0477)

Als we de tien meest frequente steden bekijken dan zijn Parijs, Berlijn, Dublin en Rome in elke krant vertegenwoordigd. Madrid komt in drie van de vier kranten in de top tien voor. Het gaat dus vooral om grote Europese steden—vaak hoofdsteden. Deze steden verschijnen ook in veel gevallen als symbool voor de landelijke regering:

“In de belevingswereld der brexiteers is het heel goed mogelijk om het lidmaatschap op te zeggen en even goede vrienden te blijven. Dat de vrienden op het vasteland dit voelen als verraad, als een inbreuk op de solidariteit en het verlies van een familielid, vinden ze moeilijk te vatten. Vandaar ook dat ze erop vertrouwen dat Duitse en Franse bedrijven en multinationals de leiders in Berlijn en Parijs ertoe zullen overhalen toeschietelijk te zijn in het Brexit-proces.” (volks_0405)

Uit een steekproef blijkt ook dat Europese steden in de berichtgeving veel voorbij komen als potentiële vestigingsplaats voor internationale bedrijven en organisaties:

“Maar er is ook een politieke werkelijkheid: Oost-Europese landen voelen zich onderbedeeld en vinden dat zij aan de beurt zijn voor een EU-agentschap. Daarom gooit het Slowaakse Bratislava hoge ogen. Maar ook Milaan, Wenen, Kopenhagen en Helsinki lijken het goed te doen. Hoe laat is de uitslag? Zo tussen zeven en acht uur vanavond weten we of de champagnekurken knallen voor de komst van het EMA naar Amsterdam.” (teleg_0477)

Steden komen ook voor als simpelweg een locatie waar een vergadering, congres of ontmoeting plaatsvindt. Daarnaast zijn er steden die hun naam hebben gegeven aan een verdrag zoals het verdrag van Rome of het klimaatverdrag van Parijs:

“Vriend en vijand keken op toen een zichtbaar tevreden en ontspannen Donald Trump in het vaak door hem verketterde Parijs plots suggereerde dat er nog best eens ‘iets’ kan gebeuren rond zijn eerdere beslissing om niet mee te doen aan het klimaatverdrag van Parijs.” (leeuw_0185)

Sommige van de onderzochte artikelen blijken steden aan te halen om diepgaandere geografische informatie over te brengen:

“Moderne steden als Parijs, Lyon of Toulouse zullen van zijn beleid profiteren, maar wat heeft hij [Macron] te bieden aan de kwijnende industriegebieden in het noorden of de armoedige agrarische regio’s van la France profonde?” (volks_0324)

“Hun nazaten vragen nu en masse Portugese paspoorten aan of komen als toerist naar Porto. En passant doneren zij geld aan de Joodse gemeenschap. Maar ook Joden die de Brexit of terreurdreiging vrezen, zorgen voor nieuwe aanwas in de Noord-Portugese havenstad (230.000 inwoners) aan de Douro.” (trouw_0274)

“En overal, van Ljubljana tot Amsterdam, vind je wel iets van Londen. Ook daar heb je een parallelle samenleving van immigranten, met een eigen arbeidsmarkt en tegelijk zie je dat Amsterdam ook kapitaal van oligarchen aantrekt. In die zin gaan steeds meer steden op Londen lijken. Maar als je wilt begrijpen wat er met een stad gaat gebeuren als de traditionele, blanke meerderheid verdwijnt uit een stad, dan moet je eerst Londen snappen. Je ziet soortgelijke ontwikkelingen in Berlijn, Parijs, Madrid en Rome .” (trouw_0035)

Plaatsen in het Verenigd Koninkrijk

Londen is in alle kranten de meest voorkomende plaats in het Verenigd Koninkrijk (zie [figuur 6.6](#)). In tegenstelling tot Brussel functioneert deze plaatsnaam vaak als *totum pro parte*—in dit geval voor de Britse overheid. In vergelijking met Brussel zien we echter dat Londen vaker in andere contexten voorkomt:

“Dat laatst is typisch voor deze wijk [Kensington], die net als de rest van de Britse hoofdstad een smeltkroes is van nationaliteiten. Hier vindt elke nazomer het Notting Hill Carnival plaats, een relik uit de tijd, een halve eeuw geleden, dat hier zich veel immigranten uit de Cariben vestigden. Sinds de gentrificatie is het in trek geraakt bij Europeanen. Nergens in Londen wonen meer EU-burgers dan hier: bankiers, voetballers, topchefs, diplomaten en kunsthandelaren. Het is een bolwerk van remainers. Bijna 70 procent van de bewoners stemde hier vorig jaar om bij de Europese Unie te blijven.” (volks_0309)

“De Duitse vereniging van buitenlandse banken denkt dat er de komende jaren tot vijfduizend banen bij zullen komen in Frankfurt. Stel dat Londen flink wat hoofdkantoren ziet vertrekken en minder lucratief is voor clearingkantoren, wat blijft er dan over van het huidige mondiale financiële hart?” (trouw_0307)

“Hoewel de hele Britse financiële sector wordt samengevat onder de noemer ‘City’ vindt een belangrijk deel van de activiteiten buiten dit stadsdeel plaats. Liefst twee derde van de 2,2 miljoen Britten die werkzaam zijn in de financiële sector werkt buiten Londen. In Londen zelf treft men de vermogensbeheerders en hedgefondsen veelal aan in het West End, in de buurt van chique restaurants als The Ritz. Veel grote zakenbanken hebben gekozen voor Canary Wharf in het oosten van de stad. De verzekeraars en advocatenkantoren zijn vooral te vinden in de originele ‘City’. Daar treft men ook de kantoren aan van Nederlandse banken als ING, Rabobank en ABN Amro.” (teleg_0037)

Na Londen zijn de steden in North West England het vaakst voorkomend, met name Manchester, Birminham en Liverpool. Maar het relatieve verschil met Londen is bij alle kranten groot. De kranten laten verschillen zien in welke steden aan bod komen. Als we de top tien meest frequente plaatsen van elke krant met elkaar vergelijken dan komen alleen Londen, Manchester en Belfast in alle vier de kranten voor. Oxford, Liverpool, Edinburgh en Aberdeen komen voor in drie van de vier kranten. Verder heeft elke krant duidelijk een eigen signatuur. Bij de Volkskrant valt op dat er veel verschillende steden in de berichtgeving worden genoemd en dat er een voorkeur is voor steden in het zuiden van Engeland (zie [figuur 6.19](#)). In Trouw is de verdeling evenwichter maar de dichtheid ligt ook een stuk lager dan in de Volkskrant (zie [figuur 6.20](#)). Bij de Telegraaf ligt het belangrijkste cluster na Londen juist in het noord-westen van Engeland (zie [figuur 6.21](#)). In de Leeuwarder Courant komen relatief weinig Engelse steden aan bod (zie [figuur 6.22](#)).

Veel artikelen verwijzen slechts eenmalig naar een plaats. Daarbij is de stad vaak niet meer dan de plaats van handeling of betreft het de woonplaats van een geïnterviewde. Manchester komt in de berichtgeving bijvoorbeeld vooral voor als locatie van de terreuraanslag van 22 mei 2017. Meerdere journalisten stellen de vraag welke invloed deze daad zal hebben op de verkiezingen en de Brexit:

“De nasleep van de aanslag in de Manchester Arena plaatste May in een kwaad daglicht.” (leeuw_0143)

In andere gevallen is de locatie meer dan alleen een feit en plaatst het de berichtgeving ook in bepaalde geografische context:

“Handel, dat is het toverwoord van de brexiteers. Vandaar ook Manchester als plek van handeling. Elke voornamere spreker refereerde aan de voormalige textielstad als de geboorteplek van de vrijhandel. Voor de brexiteers is het Manchester Liberalism uit de jaren dertig van de 19de eeuw de blauwdruk van een Verenigd Koninkrijk dat zich bevrijdt uit de protectionistische ketenen van Brussel.” (volks_0473)

“Het is makkelijker om goederen te inspecteren in de havens van Belfast of Liverpool dan op het land. Belfast wordt dan de facto door Brussel bestuurd in plaats van Londen. Deze oplossing heeft de steun van het bedrijfsleven en zou normaal gesproken voor de hand liggen, maar politiek ligt het gevoelig. Het zal – zeker door de protestanten in Noord-Ierland – worden gezien als een nieuwe stap in de richting van een Ierse hereniging.” (volks_0550)

“Wat me rillingen bezorgt is het enorme verschil tussen het lieflijke oude York en het ruige Whitby aan de kust van hetzelfde graafschap van Yorkshire; niet in schoonheid, maar in populatie. Hoewel beide stadjes vrijwel volledig wit zijn – je ziet er nauwelijks immigranten – lijkt in de één de hogere middenklasse dominant, met zijn studentencafé’s met livemuziek en zijn verfijnde lokalen voor een high tea, en in de andere de arbeidersklasse, of liever, zoals Engelsen soms minzaam zeggen, de lower class.” (trouw_0260)

“Daarnaast is de economische groei in Schotland verre van goed. Wegens de lage olieprijs zijn veel mensen, vooral in Aberdeen, hun baan kwijtgeraakt.” (leeuw_0098)

Plaatsen in Nederland

In alle kranten is Amsterdam de meest voorkomende Nederlandse plaatsnaam, gevolgd door Den Haag (zie [figuur 6.6](#)). In de Volkskrant, Trouw en de Telegraaf is de Randstad de dominante regio. De Randstad is ook in de Leeuwarder Courant in hoge mate vertegenwoordigd (zie [figuur 6.26](#)). Het is echter duidelijk dat het Noorden van Nederland een veel grotere rol speelt in de regionale krant dan in de andere kranten—in de andere kranten komen Friese steden vrijwel niet voor. Dit lijkt een duidelijke bevestiging van hypothese 5 dat regionale kranten meer aandacht hebben voor plaatsen in de

eigen regio (zie [paragraaf 4.1.3](#)). Tegenover de aandacht voor de eigen regio staat dat het Zuiden van Nederland minder vertegenwoordigd is dan in de landelijke kranten.

In de onderzochte artikelen komt Amsterdam vooral voor als (potentiële) vestigingsplaats. De strijd om het Europese Medicijnen-Agentschap (EMA) is veel in het nieuws:

“Het kabinet heeft de regio Amsterdam formeel voorgedragen als nieuwe vestigingsplaats voor het prestigieuze Europese Medicijnen-Agentschap (EMA). Dat EU-bureau staat nu nog in Londen, maar vanwege de komende Brexit is de opvolgingsstrijd in alle hevigheid ontbrand.” (trouw_0197)

Daarnaast gaat het om financiële instellingen en bedrijven, bijvoorbeeld:

“Voor grote banken was ons land niet aantrekkelijk, grotendeels vanwege de strenge bonusregels. Maar voor high frequency traders golden die regels niet. Vier van hen kondigden onlangs aan naar Amsterdam te verhuizen, uit vrees om vanuit Londen na de Brexit geen toegang meer te hebben tot Europa.” (teleg_0471)

Den Haag is net als Brussel en Londen een andere naam voor de nationale overheid:

“Maar het is gevoelige materie want het gaat om de vraag: meer of minder Europa als antwoord op de Brexit? Niet voor niets overweegt de Europese Commissie de presentatie van haar voorstellen - gepland voor 8 maart - onder de druk van Den Haag te verschuiven naar 16 maart, een dag na de Nederlandse verkiezingen.” (volks_0072)

Daarnaast komen we Den Haag ook tegen als een plaats voor congressen en ontmoetingen:

“De economie draait als een tierelier, het ministerie van Economische Zaken presenteert groeicijfers die in jaren niet zo hoog zijn geweest en tijdens een netwerkborrel in Den Haag bleek gisteren dat ook het noordelijk landsdeel uitstekend doordraait met een demissionair kabinet.” (leeuw_0133)

In de onderzochte artikelen komt Rotterdam – net als Amsterdam – vaak in een economische context voor: als vestigingsplaats maar ook in het kader van de haven. Daarnaast verwijzen enkele artikelen naar de Eurasmus Universiteit Rotterdam. Dit zien we nog veel sterker bij Utrecht. In meerdere onderzochte artikelen zijn er experts aan het woord van (onder andere) de Universiteit Utrecht. De Vrede van Utrecht komt ook voor in de context van de verhalen over Gibraltar (zie [paragraaf 6.3.1](#)).

Bij het nalezen van de artikelen uit de steekproef viel wel op dat er meerdere kleinere plaatsen waren die door de gebruikte methode niet zijn herkend. Dit betekent dat een dataset met meer (kleinere) Friese plaatsen waarschijnlijk een nog groter contrast zou laten zien met de andere kranten. Het aantal artikelen met verwijzingen naar Friese steden is beperkt is, daarom is hieronder een volledige inventarisatie gegeven van artikelen waarin Leeuwarden wordt genoemd (allemaal uit de Leeuwarder Courant):

- Lezing over nepnieuws in Leeuwarden.
- Interview met Jenny Douwes en de burgemeester van Dongeradeel.
- Toename van het aantal slachtkoeien in de Leeuwarder veemarkt.
- Verdwijnen van de Union Jack tussen de Europese vlaggen aan de Leeuwarder stationsweg.
- Bespreking van middelbare school scriptie dat onderzoekt hoe Leeuwarden en omgeving kijkt naar de Europese Unie.
- Vooruitblik 2017 voor ondernemers.
- Twee kunstmanifestaties in Duitsland (link met Leeuwarden als culturele hoofdstad).
- Reorganisaties bij ING met hoofdvestiging in Leeuwarden.
- Interview met VVD'er Gert-Jaap van Ulzen, oud-gemeenteraadslid van Leeuwarden.
- Dreigend vertrek van de veemarkt uit Leeuwarden.

De relatie tussen Leeuwarden en de berichtgeving is soms marginaal maar in andere artikelen worden duidelijke geografische verbanden gelegd zoals de volgende quote laat zien:

“Friese veehandelaars vinden dat de veemarkt in Leeuwarden moet blijven. [...] Het hele jaar trouwens vallen de schapenprijzen tegen. Een gevolg van de dreigende brexit, met als gevolg een daling van het pond. Engelse schapen en lammeren zijn daardoor een stuk goedkoper geworden.” ([leeuw_0173](#))

Het volgende voorbeeld geeft weer hoe boeren uit Stiens kijken naar de politiek:

“Maar ook onder de boeren in Stiens slaat de keuzestress toe. Luuk de Boer van de Harnsterdyk in Stiens, 80 melkkoeien en 40.000 kippen, schopte het ooit tot schaduwfractielid van de VVD. Na de tongblaarcrisis stapte hij over naar het CDA. En nu? De Boer weet het niet. Hij is de gevestigde Haagse politiek een beetje beu. [...] ‘[Thierry Baudet] die in pear útspraken dat ik tocht: dêr ha’k wol wat mei. It moat oars. De grutte partijen, dêr moat ik neat mear fan ha. Ien dy’t der in potsje fan makket, krijt samar wer in oar moai baantsje.’ Hij snapt in die zin de Engelsen wel met hun brexit.” (leeww_0036)

6.4 Kaarten

6.4.1 Landen

<i>Volkskrant</i>	figuur 6.7
<i>Trouw</i>	figuur 6.8
<i>Telegraaf</i>	figuur 6.9
<i>Leeuwarder Courant</i>	figuur 6.10

6.4.2 Plaatsen

Wereld Plaatsen buiten Nederland en het V.K.

<i>Volkskrant</i>	figuur 6.11
<i>Trouw</i>	figuur 6.12
<i>Telegraaf</i>	figuur 6.13
<i>Leeuwarder Courant</i>	figuur 6.14

Europa Plaatsen in Europa buiten Nederland en het V.K.

<i>Volkskrant</i>	figuur 6.15
<i>Trouw</i>	figuur 6.16
<i>Telegraaf</i>	figuur 6.17
<i>Leeuwarder Courant</i>	figuur 6.18

V.K. Plaatsen in het Verenigd Koninkrijk

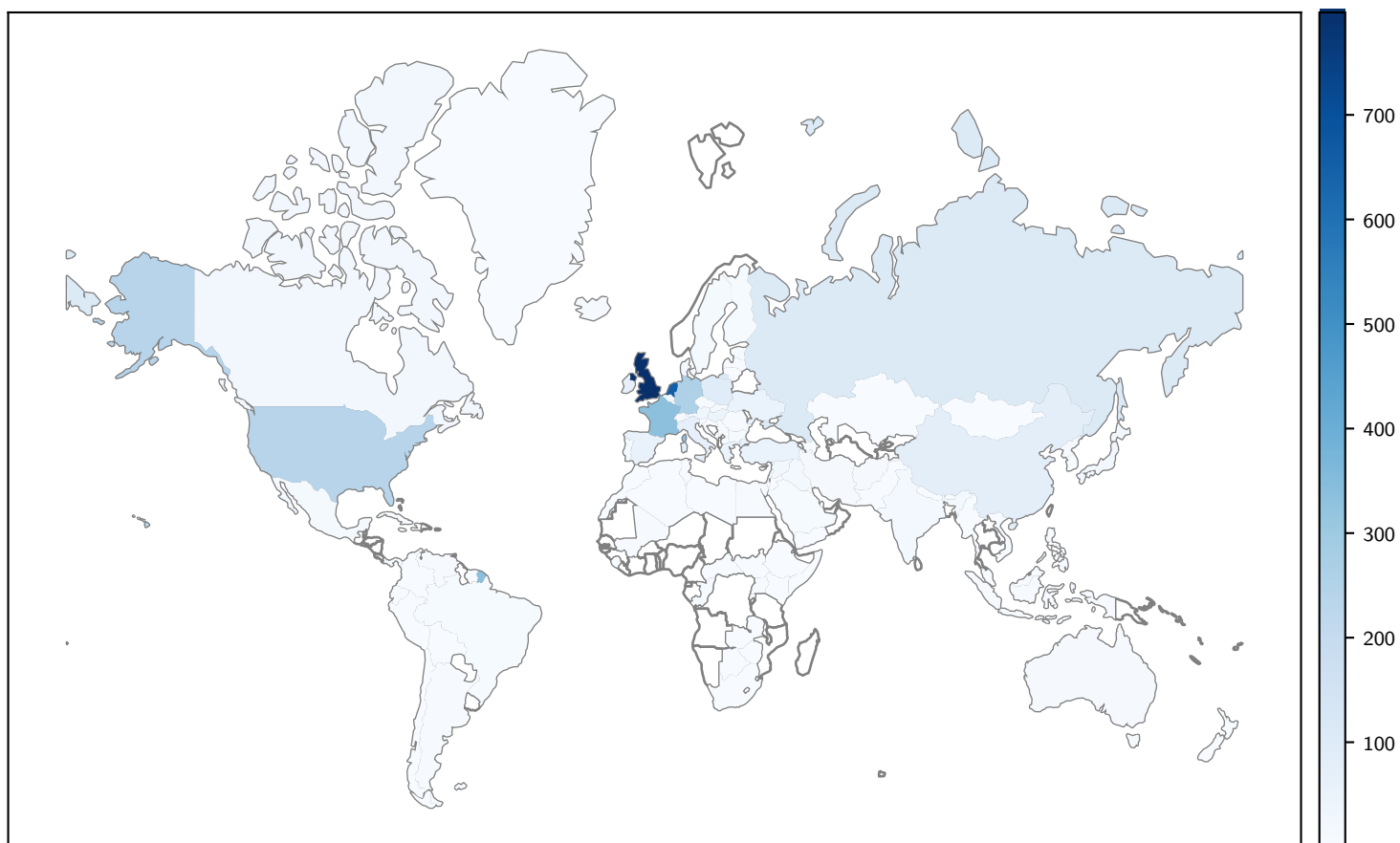
<i>Volkskrant</i>	figuur 6.19
<i>Trouw</i>	figuur 6.20
<i>Telegraaf</i>	figuur 6.21
<i>Leeuwarder Courant</i>	figuur 6.22

Nederland Plaatsen in Nederland

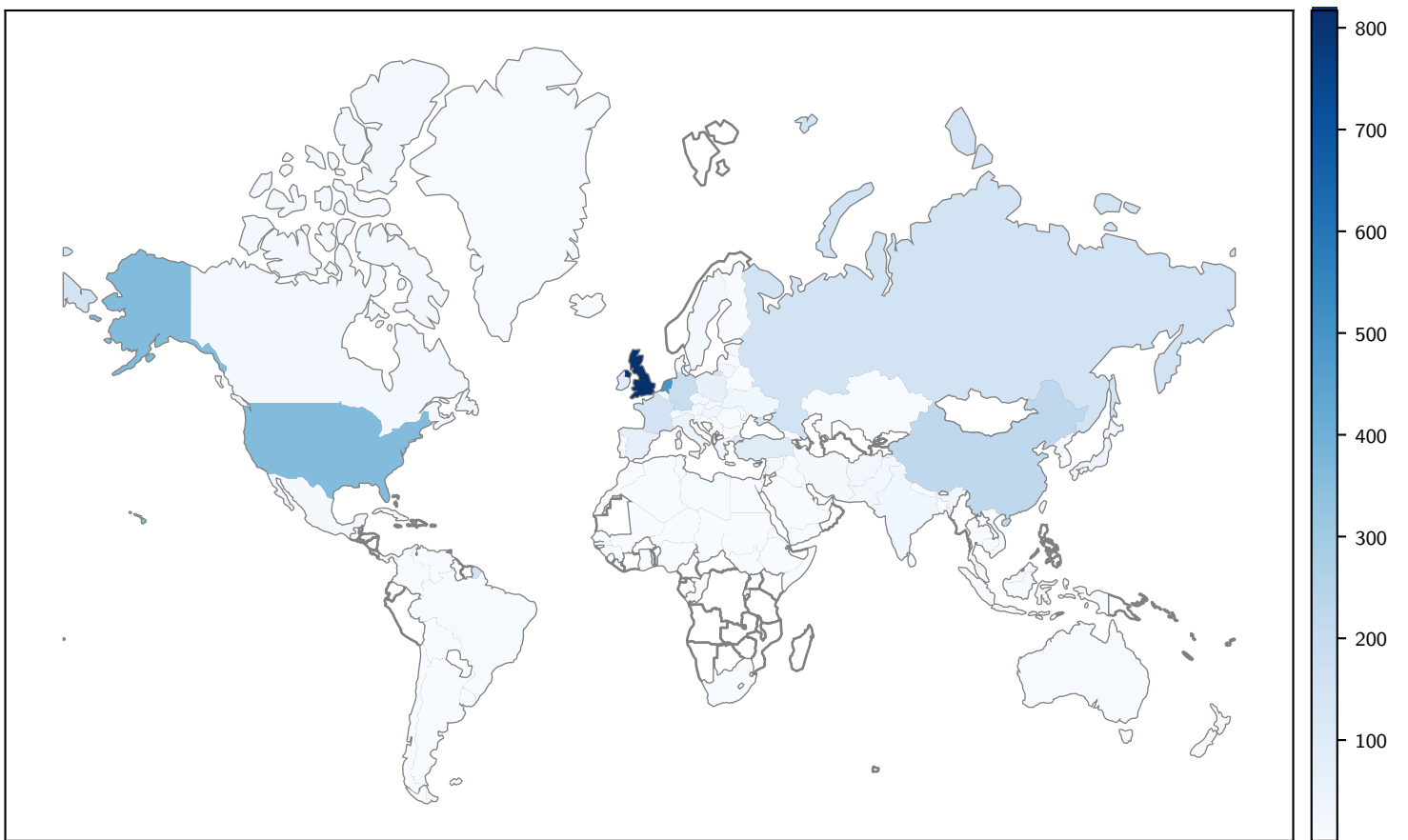
<i>Volkskrant</i>	figuur 6.23
<i>Trouw</i>	figuur 6.24
<i>Telegraaf</i>	figuur 6.25
<i>Leeuwarder Courant</i>	figuur 6.26

Een interactieve kaart is online via de [GitHub repository](#) beschikbaar.

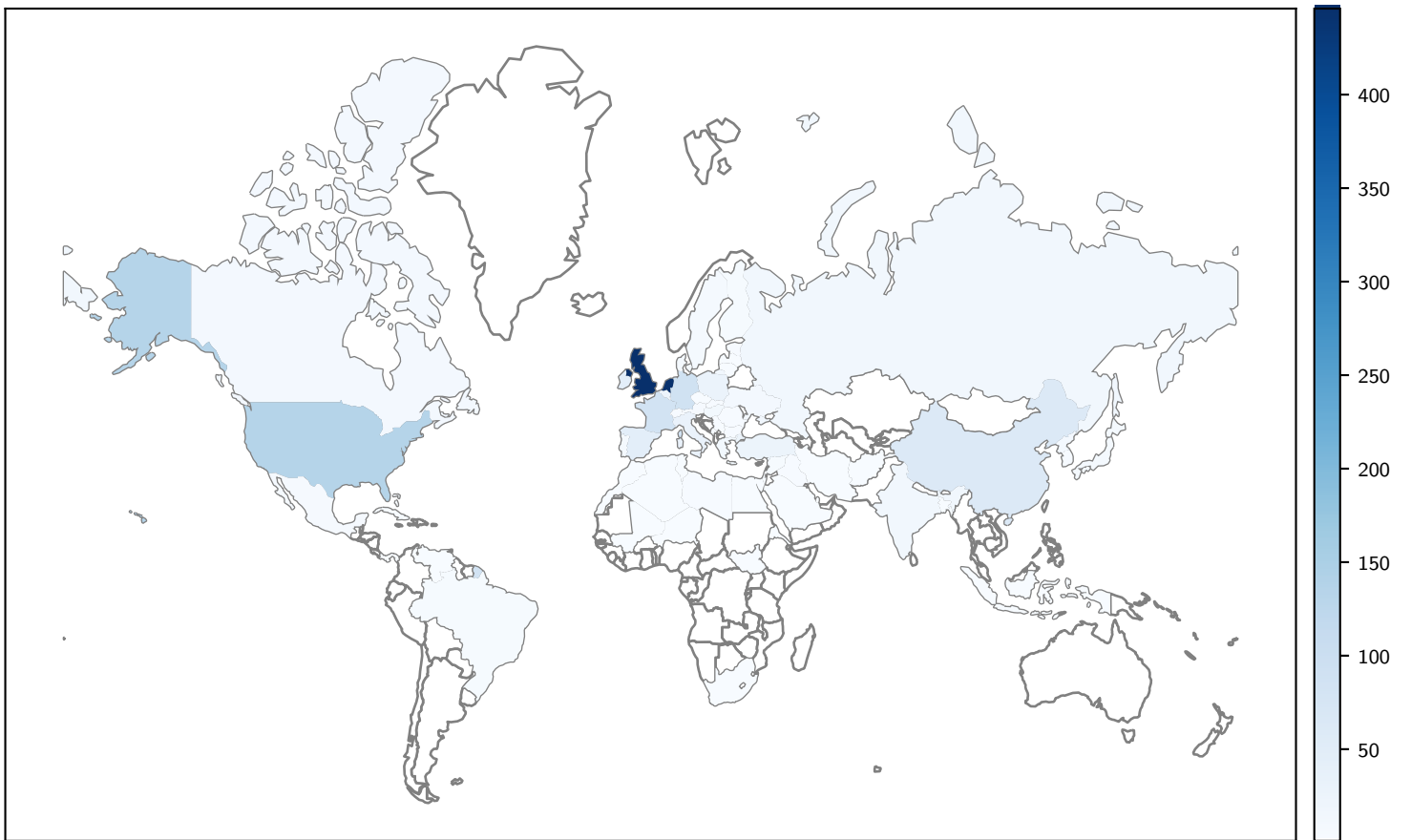
Figuur 6.7: Spreiding van landen genoemd in artikelen van de Volkskrant



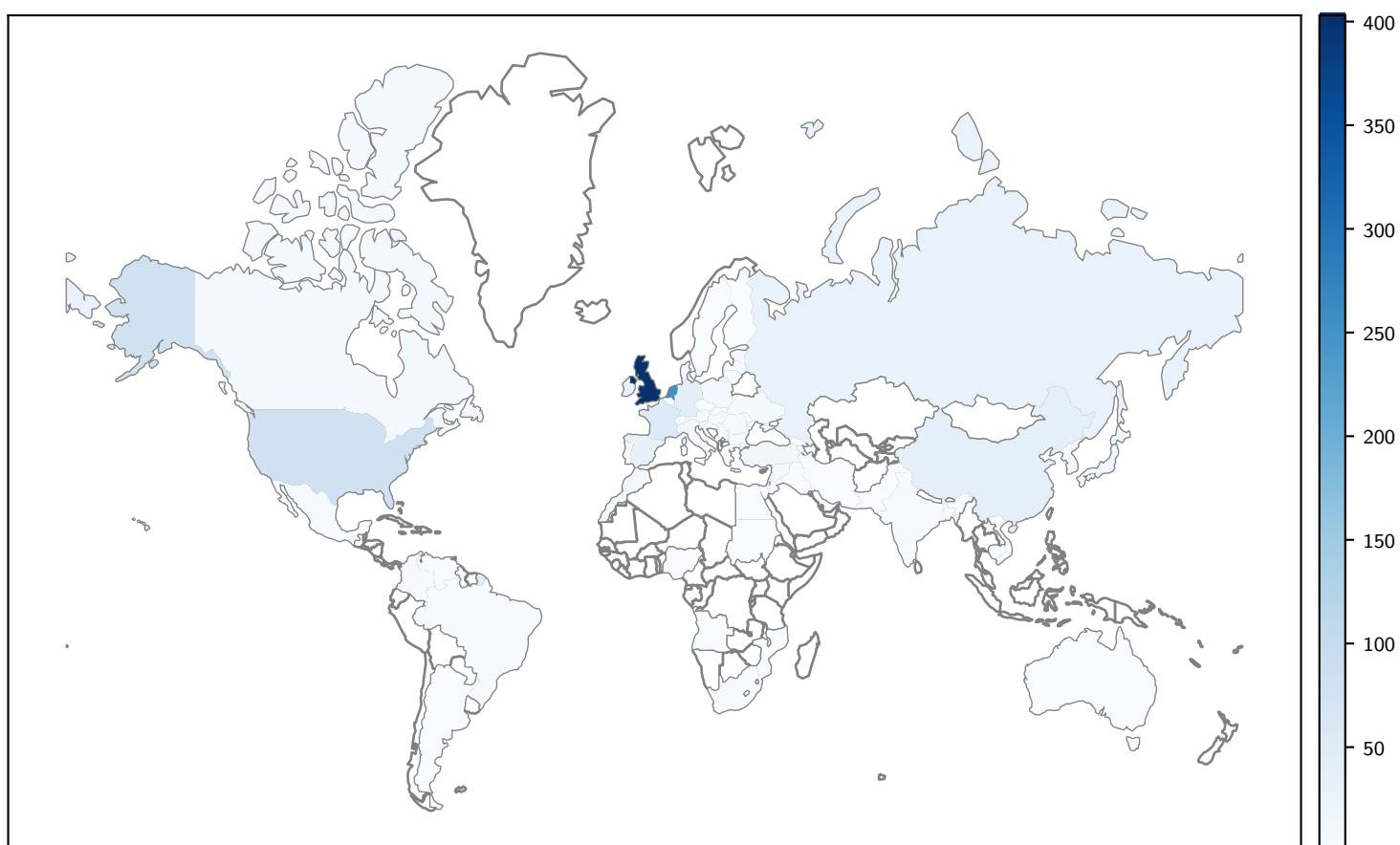
Figuur 6.8: Spreiding van landen genoemd in artikelen van de Trouw



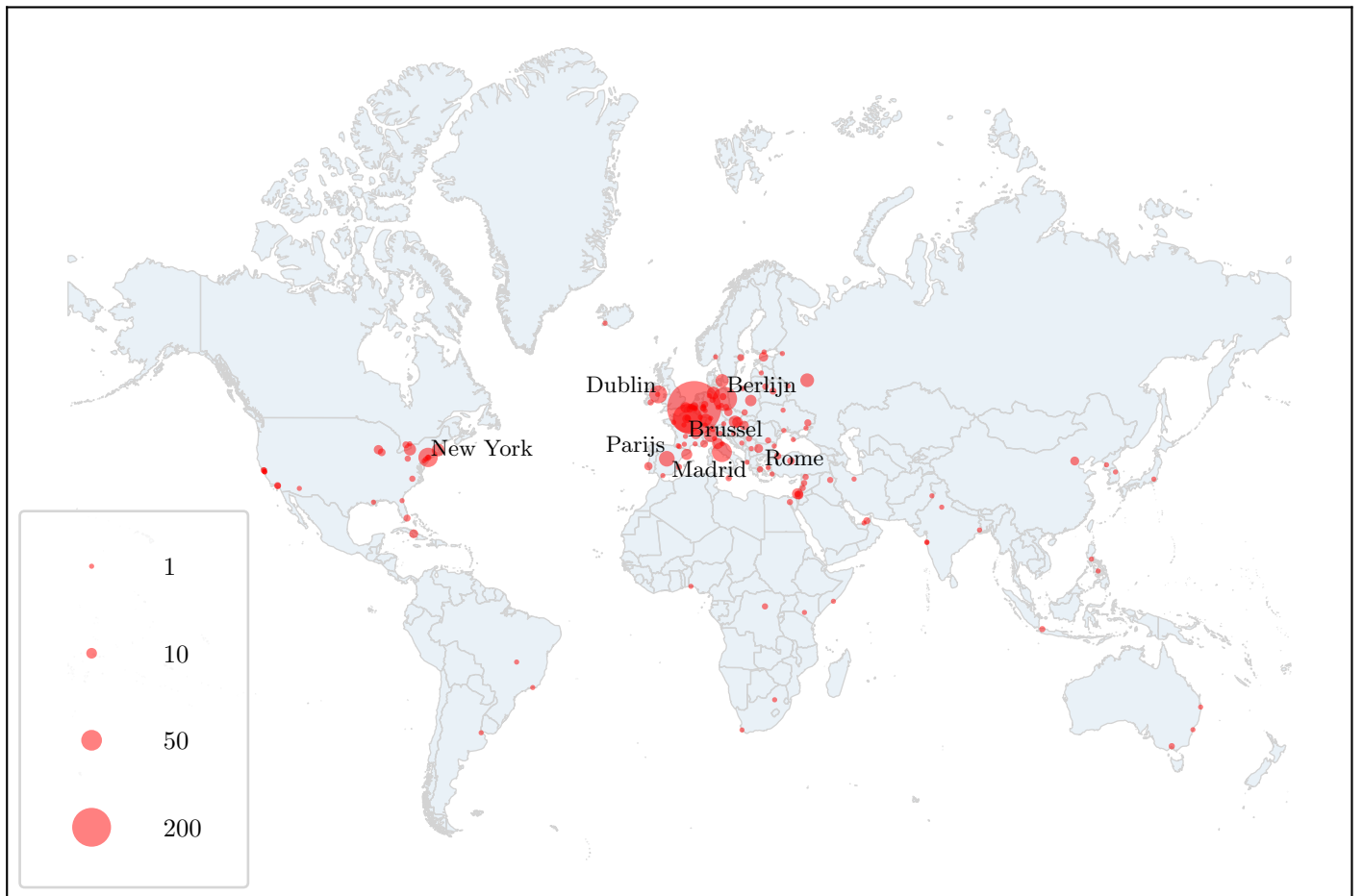
Figuur 6.9: Spreiding van landen genoemd in artikelen van de Telegraaf



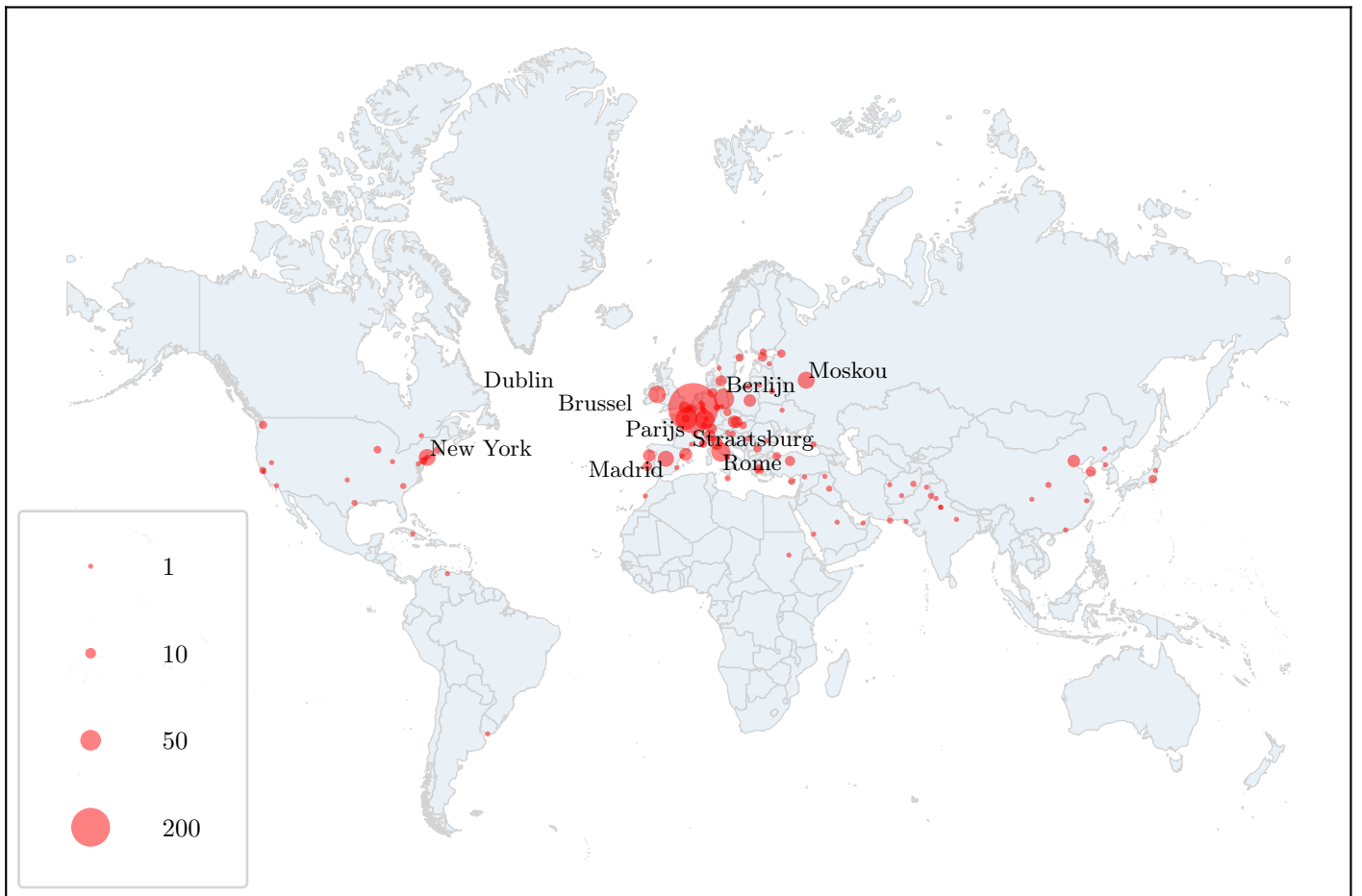
Figuur 6.10: Spreiding van landen genoemd in artikelen van de Leeuwarder Courant



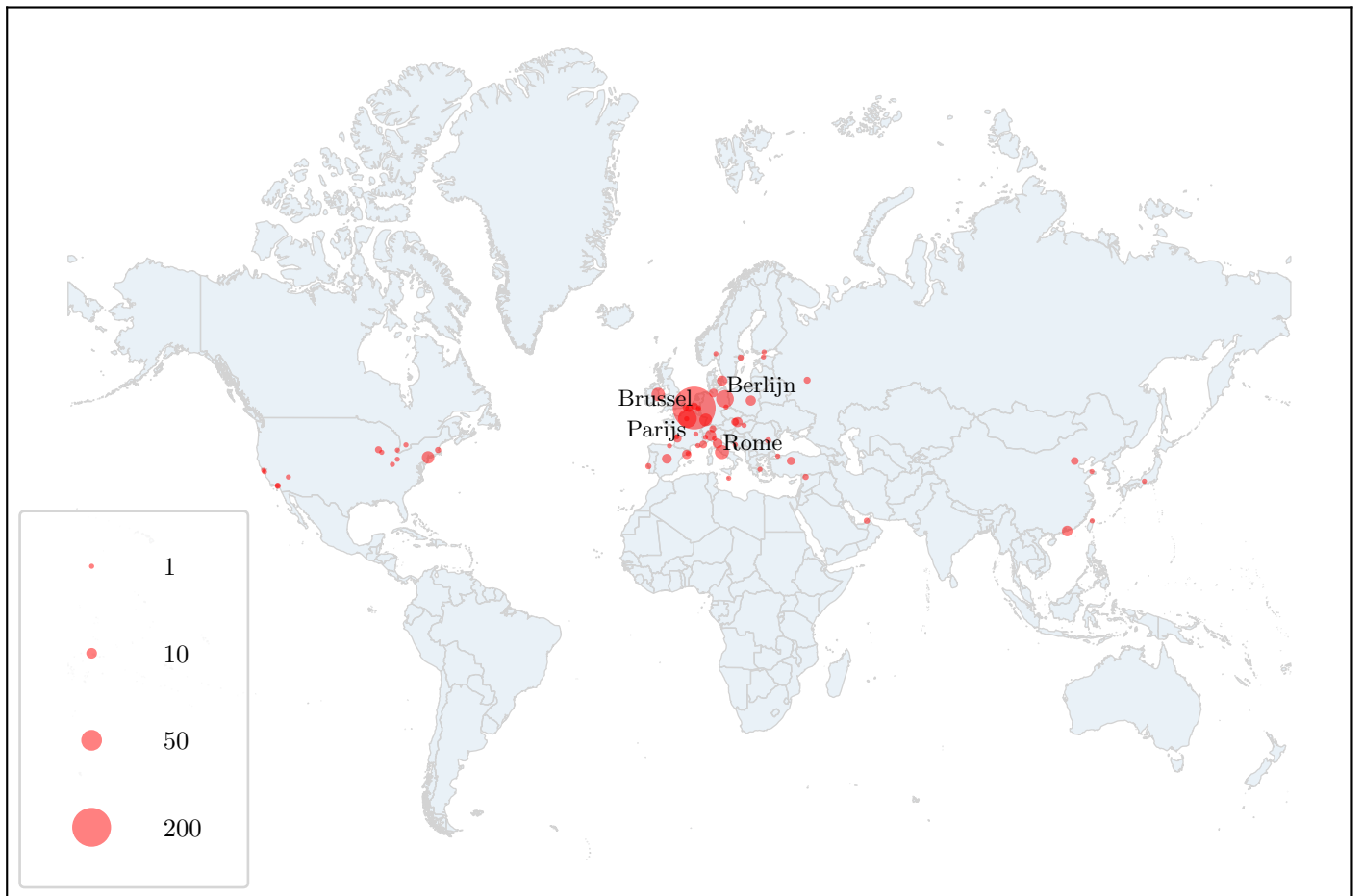
Figuur 6.11: Spreiding van plaatsen genoemd in artikelen van de Volkskrant



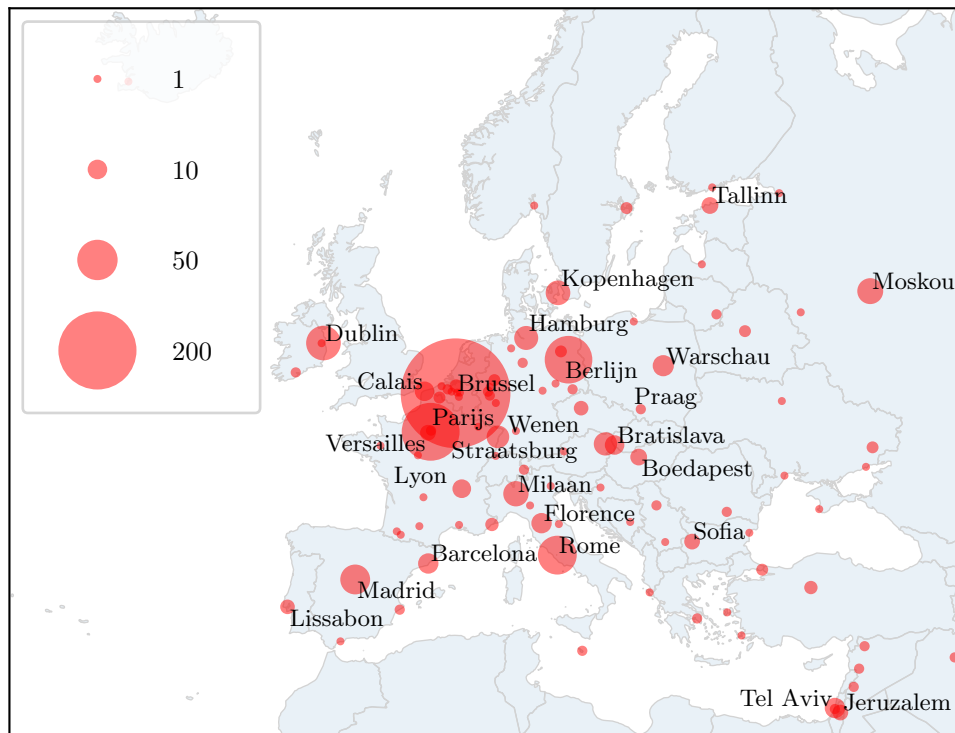
Figuur 6.12: Spreiding van plaatsen genoemd in artikelen van de Trouw



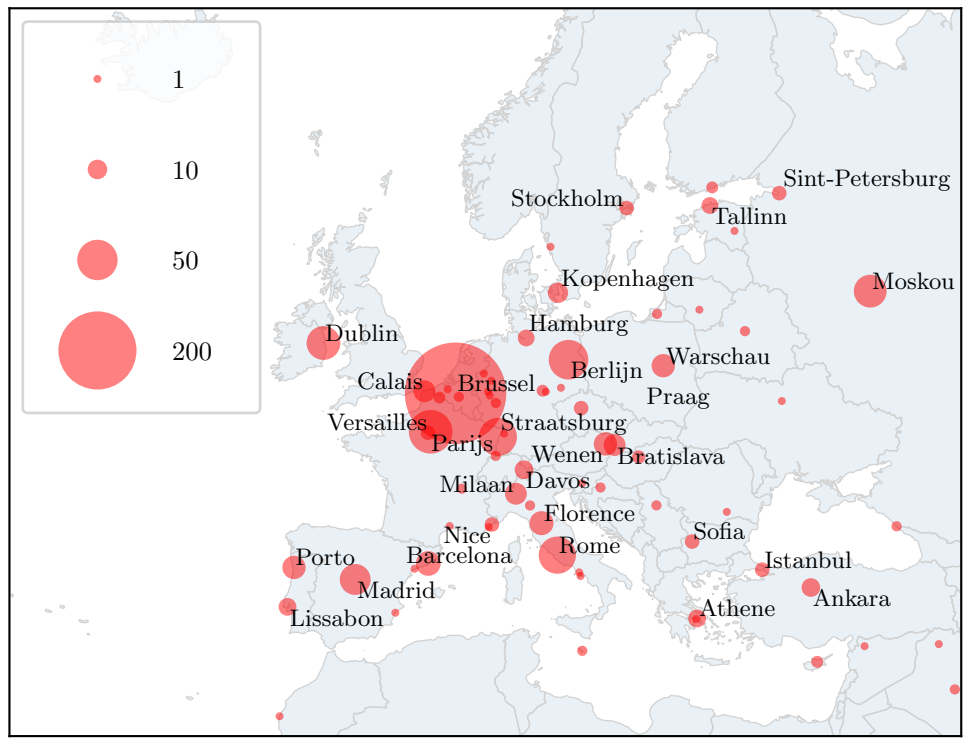
Figuur 6.13: Spreiding van plaatsen genoemd in artikelen van de Telegraaf



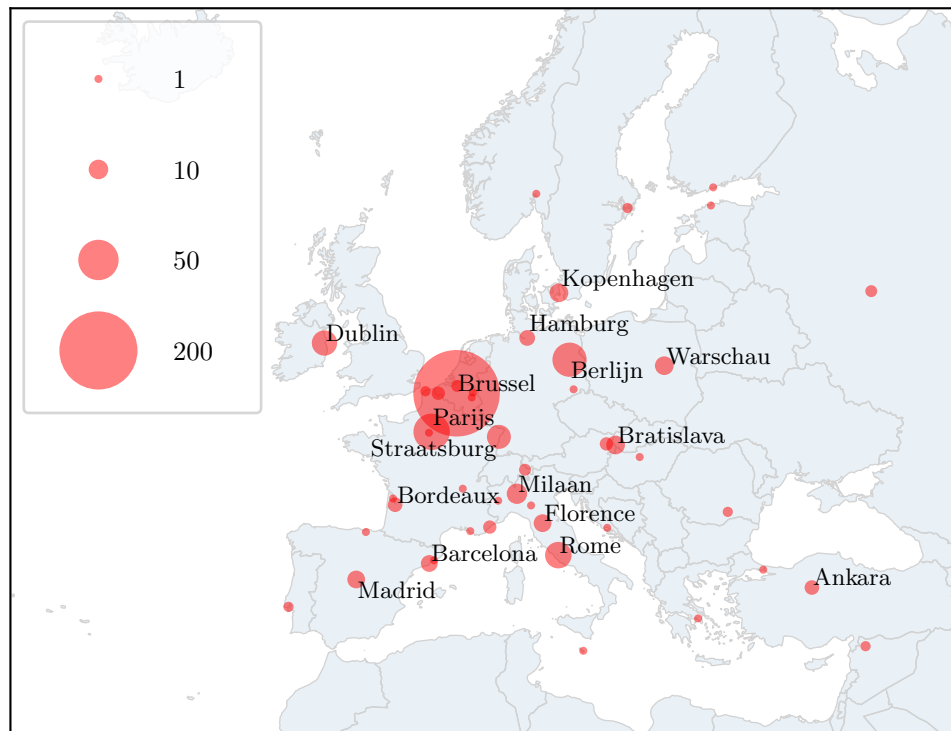
Figuur 6.15: Spreiding van Europese plaatsen genoemd in artikelen van de Volkskrant



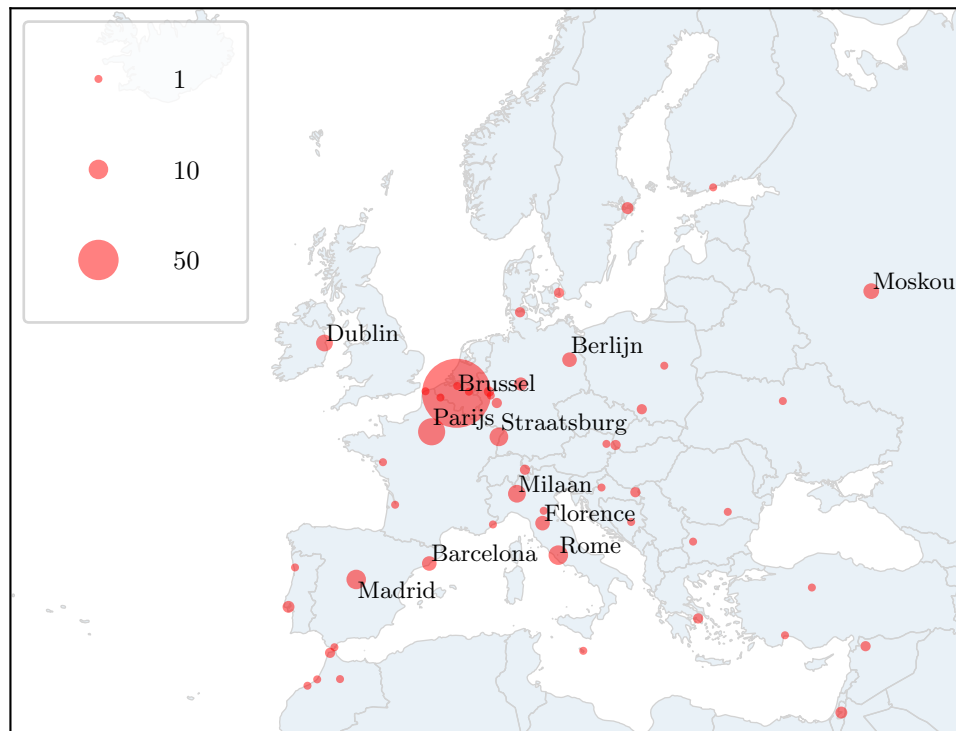
Figuur 6.16: Spreiding van Europese plaatsen genoemd in artikelen van de Trouw



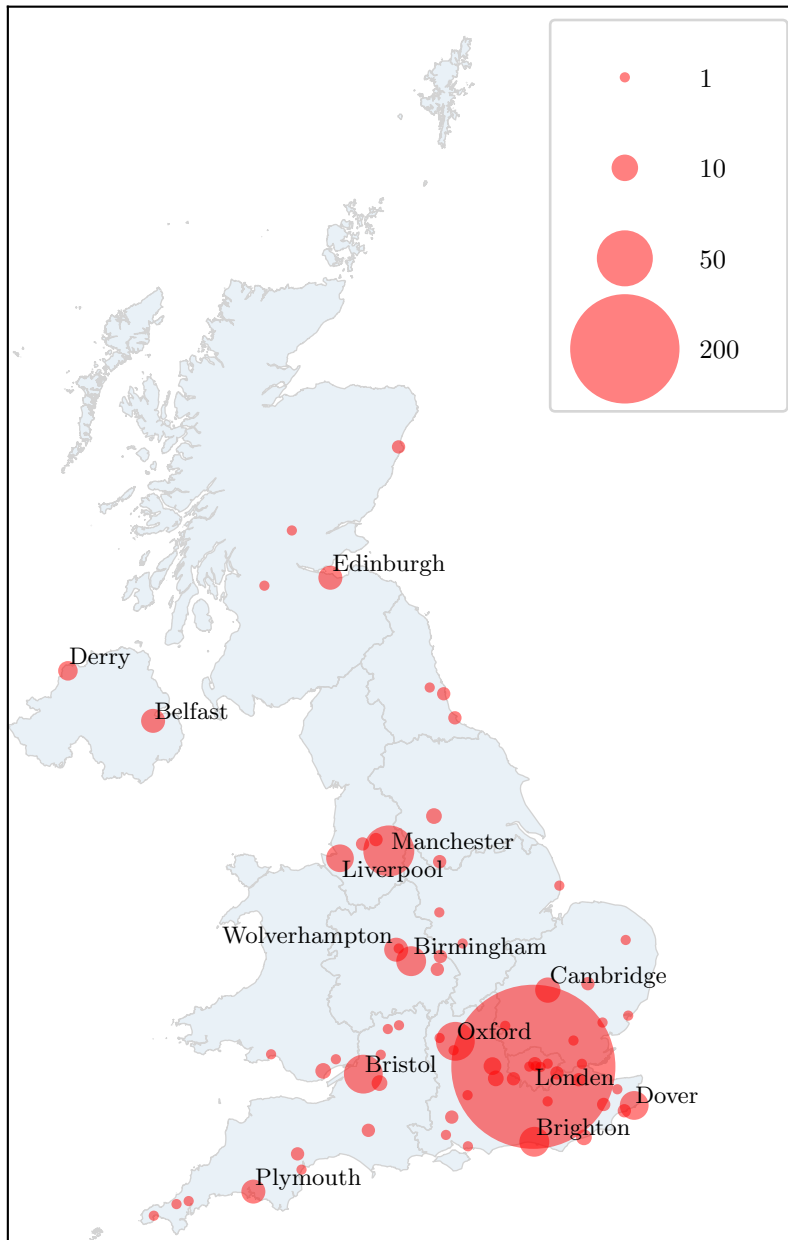
Figuur 6.17: Spreiding van Europese plaatsen genoemd in artikelen van de Telegraaf



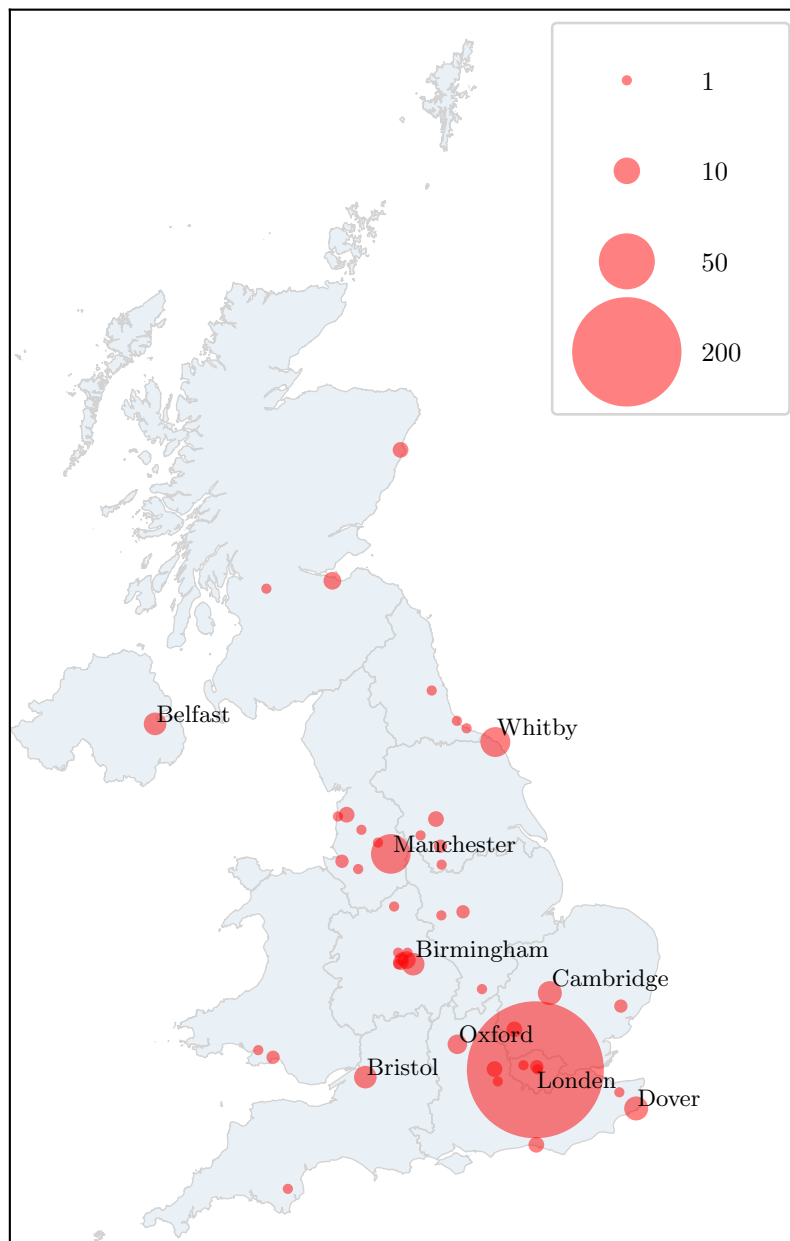
Figuur 6.18: Spreiding van Europese plaatsen genoemd in artikelen van de Leeuwarder Courant



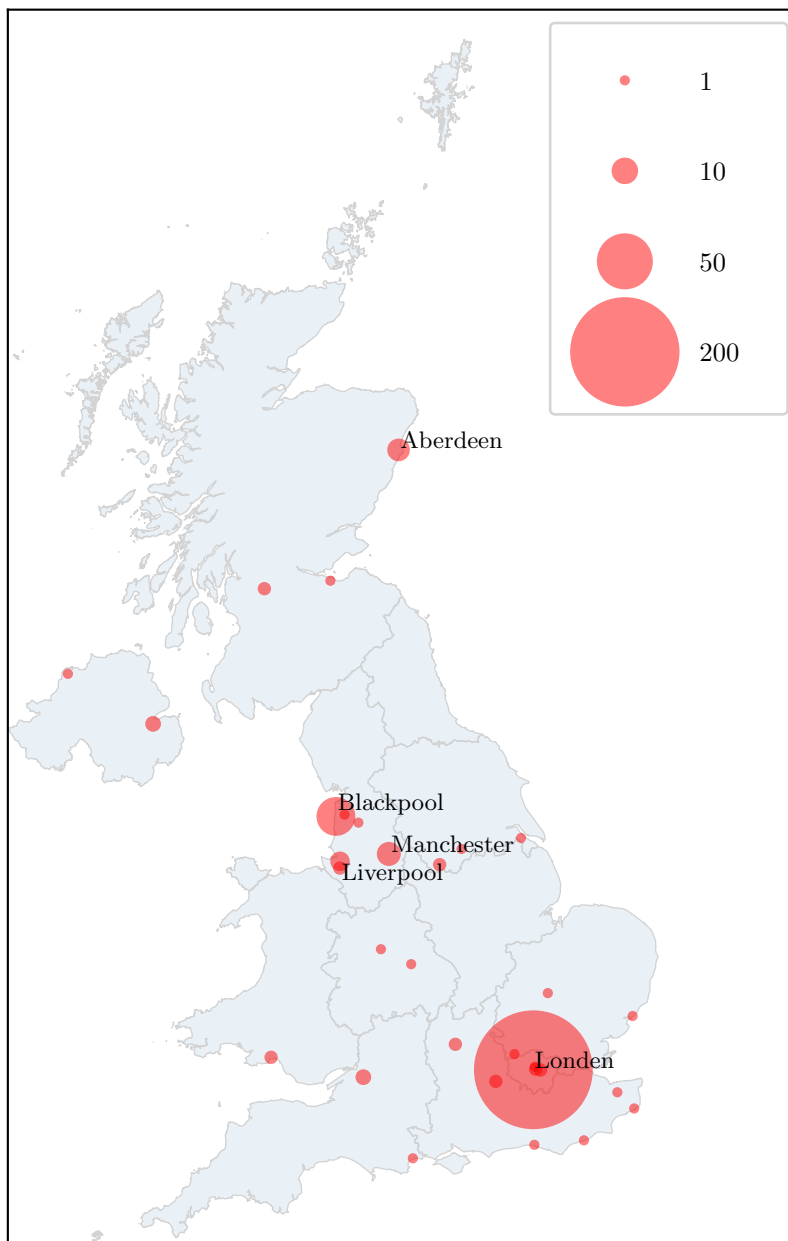
Figuur 6.19: Spreiding van Britse plaatsen genoemd in artikelen van de Volkskrant



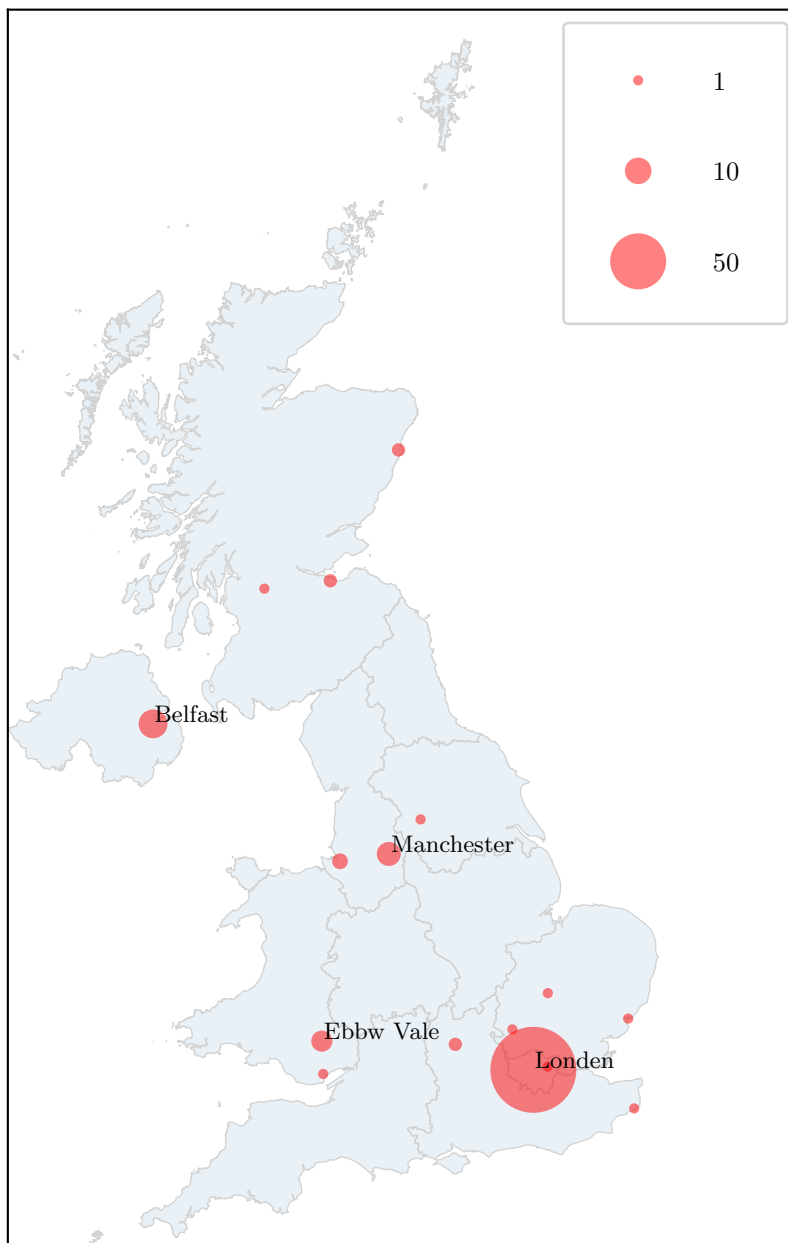
Figuur 6.20: Spreiding van Britse plaatsen genoemd in artikelen van de Trouw



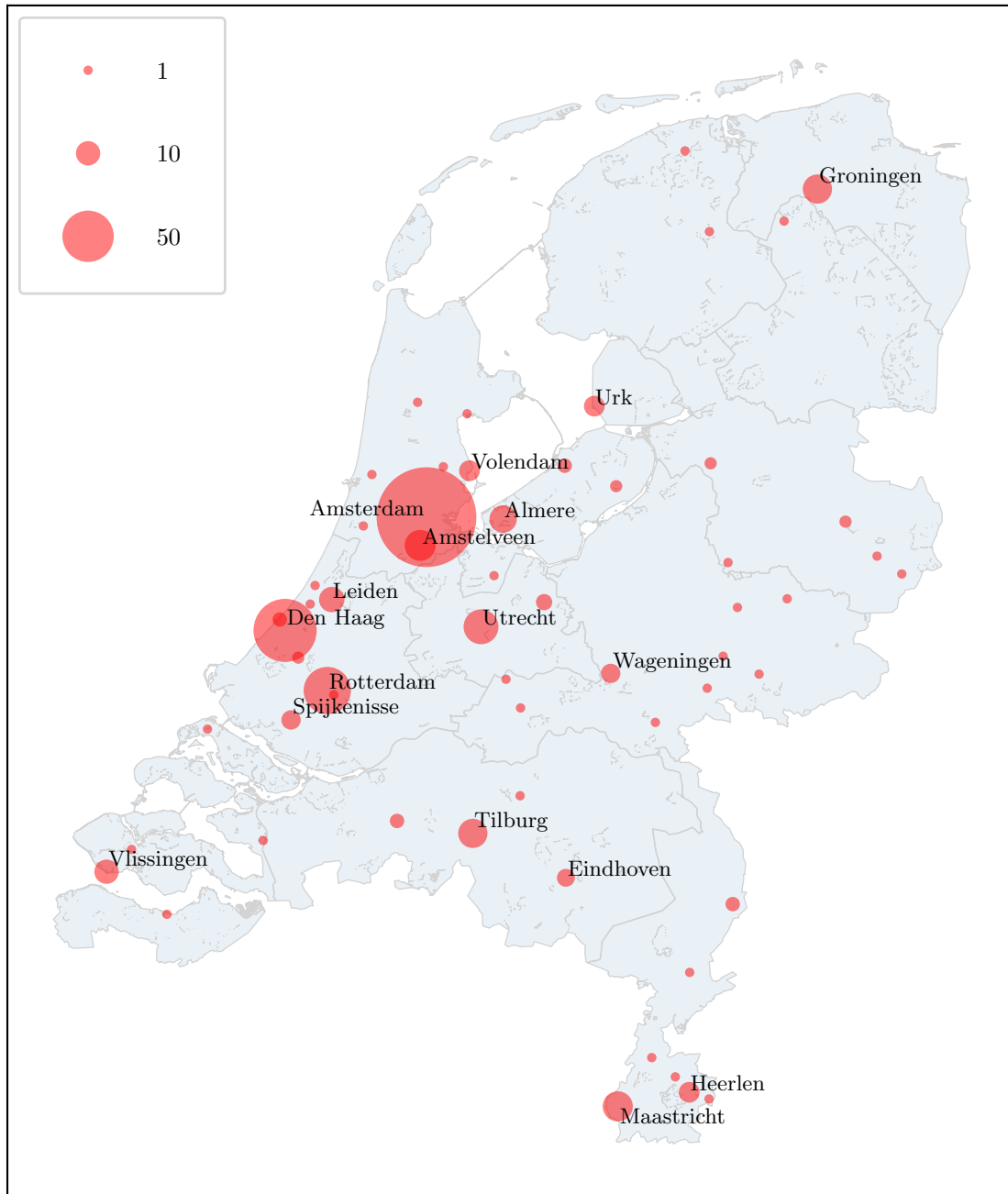
Figuur 6.21: Spreiding van Britse plaatsen genoemd in artikelen van de Telegraaf



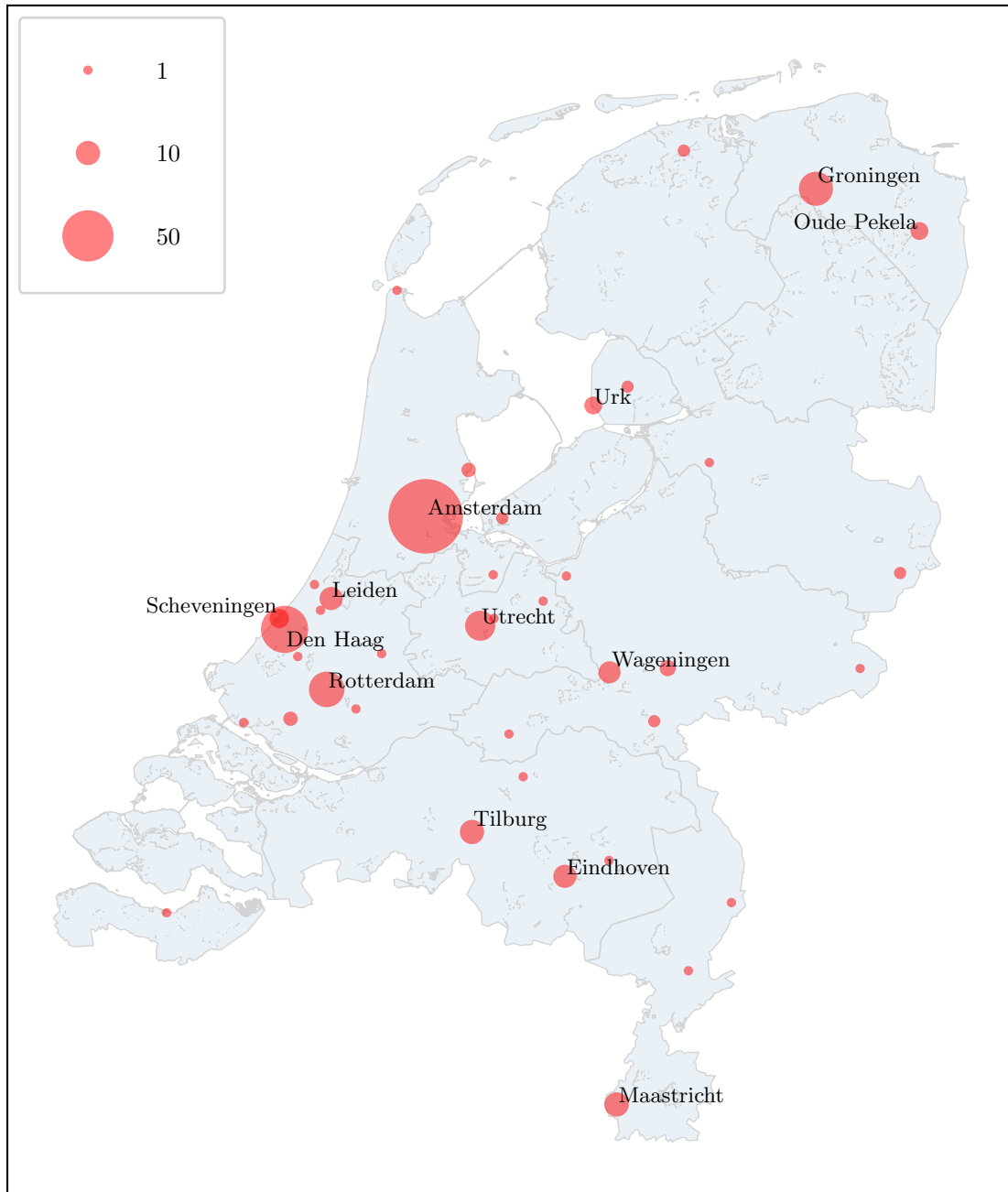
Figuur 6.22: Spreiding van Britse plaatsen genoemd in artikelen van de Leeuwarder Courant



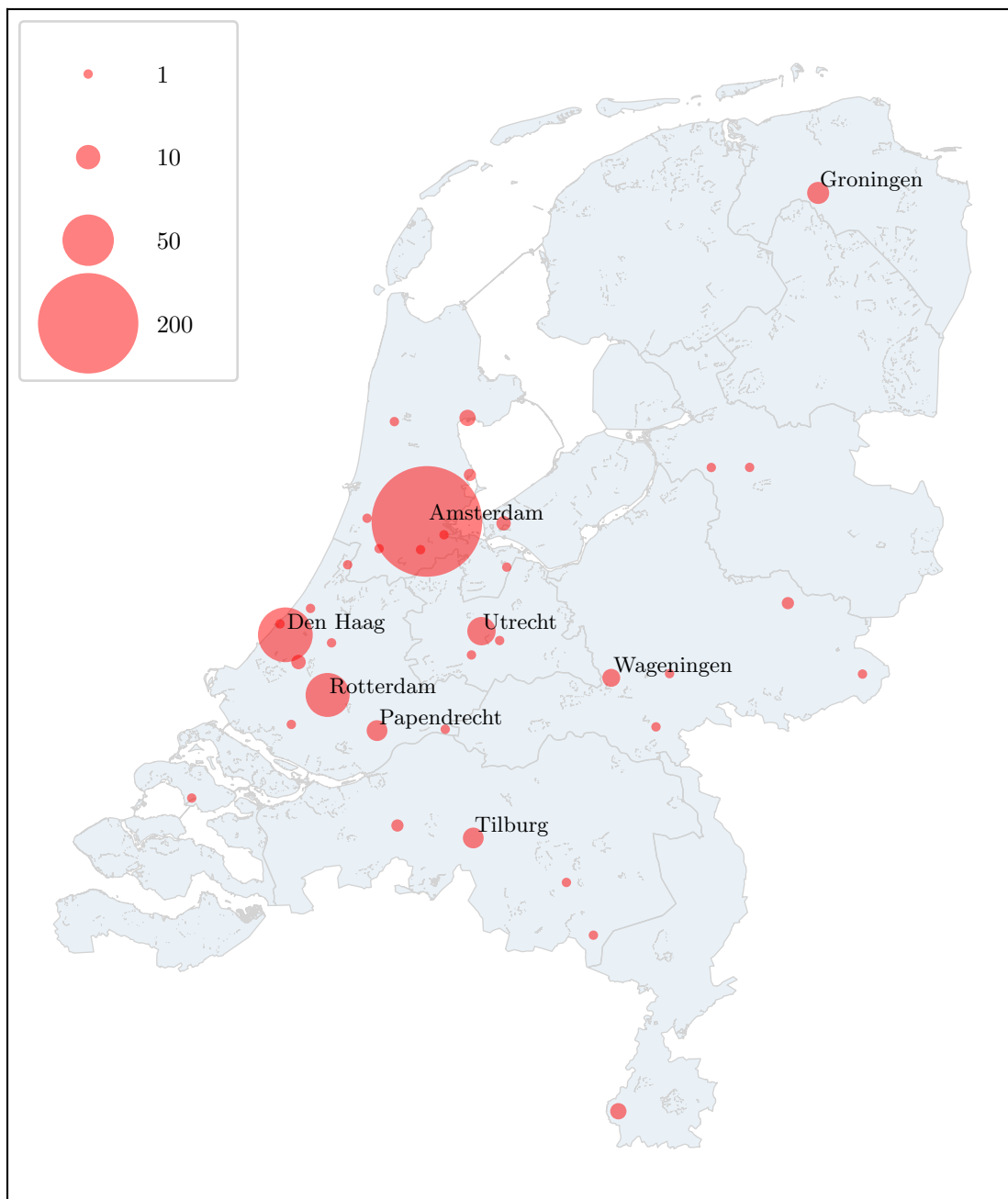
Figuur 6.23: Spreiding van Nederlandse plaatsen genoemd in artikelen van de Volkskrant



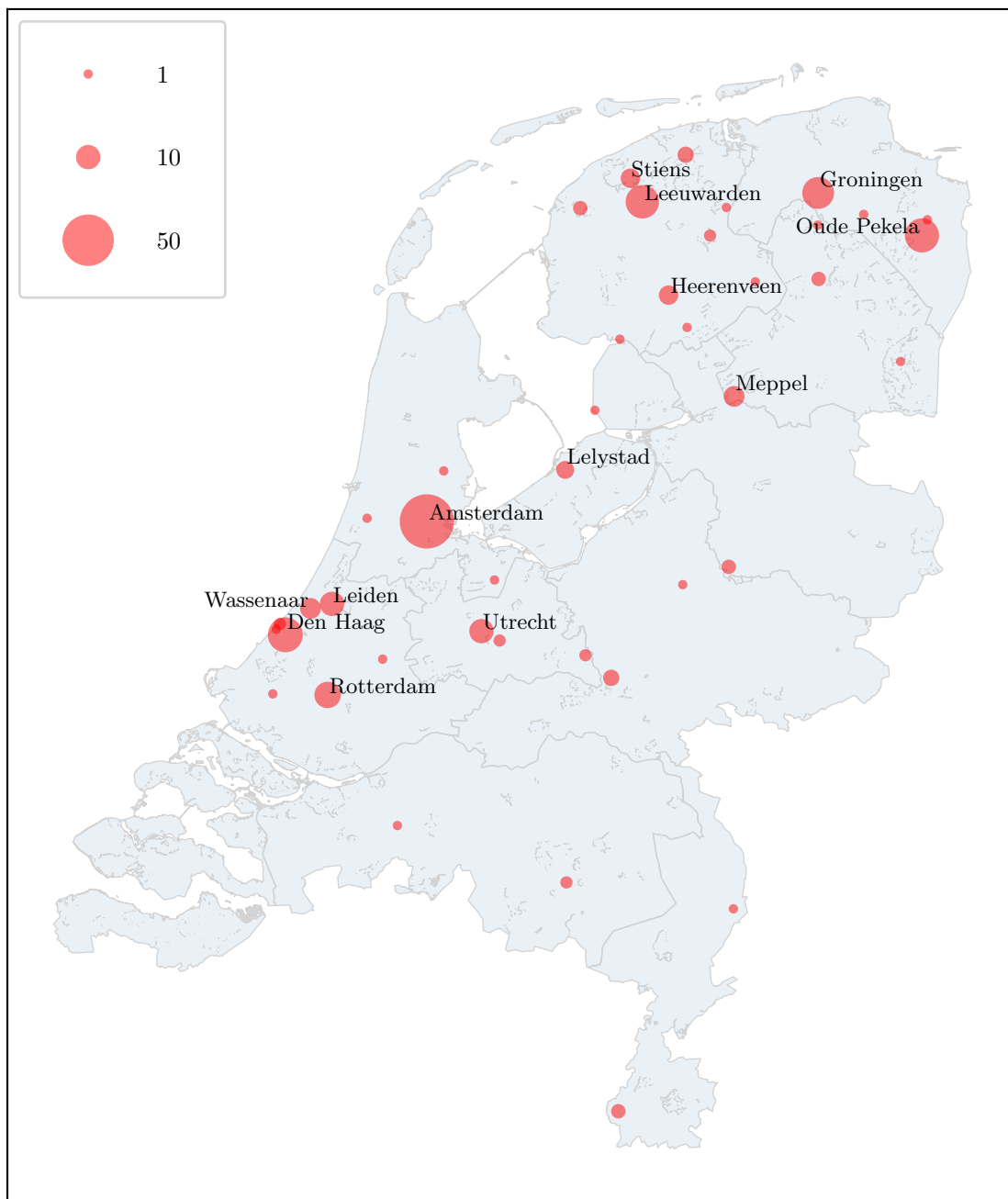
Figuur 6.24: Spreiding van Nederlandse plaatsen genoemd in artikelen van de Trouw



Figuur 6.25: Spreiding van Nederlandse plaatsen genoemd in artikelen van de Telegraaf



Figuur 6.26: Spreiding van Nederlandse plaatsen genoemd in artikelen van de Leeuwarder Courant



Hoofdstuk 7

Correspondenten

Dit hoofdstuk zal de resultaten weergegeven van de inhoudsanalyse. Het uiteindelijke doel is om met deze resultaten de conclusies die zijn voortgekomen uit hoofdstuk 6 te valideren. Een tweede doel is om de methode te evalueren. Deze evaluatie vindt plaats door na te gaan of en, zo ja, hoe de toponiemen een rol spelen in de geografische kennisstructuren van journalistiek werk. Daarbij is het op dit moment niet de bedoeling om de onderliggende mechanismen bloot te leggen waarmee toponiemen bijdragen aan geografische kennis, maar om een inventarisatie te maken van heldere voorbeelden waarin toponiemen wel of niet iets *geografisch* toevoegen aan de tekst.

In de steekproef vinden we verschillende soorten artikelen terug (tabel 7.1). Het achtergrondverhaal is de meest gehanteerde vorm (14), gevolgd door het nieuwsverhaal (9). In de Telegraaf is het nieuwsverhaal de dominante vorm. Dit is ook te verwachten aangezien hun correspondent kortere artikelen produceert dan de andere correspondenten (tabel 5.1); de andere vormen lenen zich niet goed voor een kort formaat. Bij zowel Trouw als de Volkskrant is juist het achtergrondverhaal het dominante type. Verder bevat de dataset drie interviews, twee reportages en twee verslagen. De correspondent van de Volkskrant gebruikte de meeste vormen; in zijn output komen we alle type artikelen tegen — waaronder ook het verslag dat we bij de andere correspondenten niet terugvinden.

Eerst zal de journalistieke inhoud van de dataset worden omschreven (paragraaf 7.1). Vervolgens zal gekeken worden welke actoren in de artikelen een rol spelen (paragraaf 7.2). Dan gaat het in eerste instantie om de ‘nieuwmakers’ en in tweede instantie om de personen die in het nieuws aan het woord komen. Daarna wordt per krant/steekproef de plaatsbepaaldheid

Tabel 7.1: Aantal artikelen in de steekproef per type en bron

	Telegraaf	Trouw	Volkskrant
achtergrondverhaal	3	6	5
nieuwsverhaal	6	2	1
interview	0	2	1
reportage	1	0	1
verslag	0	0	2

vastgesteld (paragraaf 7.3). De bedoeling is om hier allereerst vast te stellen *waar* deze verhalen zich plaatsvinden. Daarbij wordt ook bekeken in hoeverre het nieuws in de tekst ook een plaats gegeven wordt. Vervolgens wordt vastgesteld in hoeverre correspondenten in de geselecteerde artikelen putten uit lokale contexten om het nieuws te brengen (paragraaf 7.4). Deze analyse zal plaatsvinden op basis van een drietal (niet-uitputtende) thema’s. Voor deze opzet is gekozen omdat er op deze manier een vergelijking gemaakt kan worden tussen de drie kranten. Tot slot wordt naar het toponiemengebruik in de steekproef gekeken (paragraaf 7.5).

7.1 Inhoud

Het grootste gedeelte van de artikelen volgt Brexit in de context van de Britse politiek. Omdat de artikelen in de dataset zijn terechtgekomen omdat ze de zoekterm ‘Brexit’ bevatten, missen we wel dus wel stukken van deze correspondenten waarin die term niet voorkomt. Omdat het politieke frame zo dominant is in Brexit, is het juist interessant om na te gaan welke van de langere verhalen afwijken van deze norm. Bij de Telegraaf is er allereerst een verhaal over de New European: een pro-EU/anti-brexit krant die met een kleine oplage tegen de stroom ingaat. Dan is er een reportage over de wijlen komiek en goochelaar Tommy Cooper. Dit verhaal koppelt de auteur aan de Brexit door in te gaan op hoe hedendaagse komieken in Engeland onder vuur zijn komen te liggen wanneer ze te scherpe grappen over Brexit maken. Bij Trouw is er een interview met journalist en auteur Ben Judah die een boek heeft geschreven over migratie en stadsverandering in Londen. Verder is er een wat afwijkend verhaal over een geopolitieke rel die ontstond nadat in de Verenigde Staten details waren gelekt over de aanslagpleger in Manchester.

Tot slot is er een interview met de in Bristol gevestigde fotograaf Martin Parr die onder andere allerlei fotoreportages maakt in de Black Country dat vernoemd is naar de steenkolenmijnen van Dudley, Sandwell en Walsall in het midden van Engeland. Hoewel hij zelf pro-europees is, hebben de meeste mensen in zijn foto's 'Leave' gestemd.

In de steekproef van de Volkskrant is de meeste inhoudelijke diversiteit terug te vinden. Of om het anders te zeggen, de Volkskrant is het minst aan de politieke context gebonden. Allereerst is er een lang getuigeverslag van de aanslag in Londen. Verder is er een interview en reportage over auteur en staatssecretaris van Ontwikkelingssamenwerking Rory Stewart die vertelt over de relatie tussen Groot-Brittannië en Schotland. Dan is er een interview met journalist en auteur David Goodhart die in gaat op wat hij de cultuurstrijd noemt tussen de 'Anywheres' en de 'Somewheres'. De eerste groep bestaat uit een hoogopgeleide en progressieve elite die vooral in de grote steden woont en 'winnaars' zijn van de globalisering, de tweede groep bestaat uit een coalitie tussen welvarende conservatieven en de arbeidersklasse in de oude industriegebieden die juist hechten aan familiebanden en geworteld zijn in de eigen gemeenschap. Tot slot is er een verhaal over de vervagende herinnering aan Princess Diana. In dit verhaal komt de Brexit slechts zijdelings ter sprake.

Alle overige artikelen gaan zoals gezegd over de Britse politiek. De twee belangrijkste onderwerpen zijn in dat kader de Brexit-onderhandelingen en de verkiezingen. In de artikelen die gaan over de onderhandelingen worden verschillende issues besproken: de rekening die Groot-Brittannië aan de EU verschuldigd zou zijn, de rechten van EU-burgers in Engeland en Britse burgers in de EU, de rol van het hof van justitie, de grens tussen Ierland en Noord-Ierland en de vier vrijheden (met nadruk op vrij verkeer van personen en vrij verkeer van goederen) en de toekomstige handelsrelatie tussen Groot-Brittannië en de EU. Bij de Telegraaf valt op dat de status van het hof van justitie in de steekproef niet wordt genoemd. Gibraltar kwam in de grotere dataset vaker voor maar in deze selectie is er slechts één artikel aan gewijd (van de Telegraaf). Bij de verkiezingen gaat het om de aanloop naar de verkiezingen (zowel de gemeenteraadsverkiezingen als de landelijke verkiezingen), de opiniepeilingen en uiteindelijk de uitslag.

7.2 Actoren

Omdat de meeste artikelen over de Britse politiek gaan, zijn Britse politici de voornaamste actoren in deze verhalen. Daarbij speelt May een absolute hoofdrol; ze komt in meer dan tweederde van de artikelen voor. In de steekproef zitten drie artikelen die geheel gewijd zijn aan May. In de Volkskrant is dat een artikel aan het begin van het jaar over haar visie op de Brexit. In Trouw is dat een artikel dat beschrijft hoe May tijdens de door haar uitgeschreven verkiezingen haar voorsprong op Labour verkwanselde. In de Telegraaf is dat een terugblik op het zware jaar vol politieke blunders en pech dat May tot dan toe achter de rug heeft. Naast May zijn de andere leden van de regering belangrijke spelers: onder anderen de ministers van Brexit (Davis), buitenlandse zaken (Johnson) en financiën (Hammond). De verhalen over de verkiezingen gaan voornamelijk over May vs. Corbyn. Andere Labour-politici spelen vrijwel geen rol van betekenis in deze verhalen. Pro-Brexit politici zoals Rees-Mogg (Tories) en Farage (UKIP) komen wel ter sprake. De Democratic Unionist Party (DUP) speelt een rol in de berichtgeving nadat de Tories hun meerderheid in het Lagerhuis verliezen en afhankelijk zijn van hun gedoogsteun. Tot slot zijn er ook nog de interacties met Europese politici zoals Juncker, Tusk en Barnier.

De Telegraaf bevat vijf artikelen waarin niemand aan het woord komt. In de meeste andere artikelen tref je slechts een enkele quote, meestal van een politicus. Uit de context blijkt dan verder dat de correspondent de persoon niet zelf heeft gesproken maar bijvoorbeeld een interview uit de Guardian of een BBC-commentator citeert. De enige uitzondering hierop is het verhaal over de New European waarin de uitgever wordt geïnterviewd. Trouw bevat drie artikelen waarin niemand aan het woord komt. In Trouw staat verder een artikel waarin Brexit-politici zijn bevraagd over hun toekomstvisie (Redwood, Rees-Mogg en Burns). In twee andere artikelen komen politicologen aan het woord die de verkiezingen duiden. Er is een lang interview met Judah over immigratie in Londen. Tot slot is er een uitgebreid interview met de fotograaf Parr die veel fotoreportages heeft gemaakt in ‘Brexitland’. In Trouw zijn het dus politici, academici, auteurs en kunstenaars die aan het woord komen. Het is interessant dat de Volkskrant behoorlijk afwijkt van de andere twee kranten. Allereerst is er slechts één artikel waarin niemand aan het woord komt. Daarnaast zijn er vijf artikelen waarin verschillende mensen ‘van de straat’ aan het woord komen. Bovendien is het een divers gezelschap dat wordt geïnterviewd: winkeleigenaars, migranten, taxi-chauffeurs, men-

sen van de parochuie, jonge professionals in Londen, toeristen, inwoners van Notting Hill, congresgangers van zowel Labour als de Tories, etc. Er is één artikel waarin een academicus wordt aangehaald. Tot slot zijn er de eerder aangehaalde langere stukken over auteur Stewart en Goodhart.

7.3 Plaatsbepaaldheid

Om een beeld te krijgen van de geografische inhoud van de verhalen is het allereerst interessant om na te gaan *waar* deze verhalen zich afspelen (tabel 7.2). Er is per artikel nagegaan of vastgesteld in welke plaats de handeling zich hoofdzakelijk afspeelt. Dit is vaak niet de enige plaats die in het artikel wordt genoemd. Als uit de context helemaal niet duidelijk wordt waar het verhaal zich afspeelt dan is er ‘onbekend’ opgegeven. In dat geval is nog wel duidelijk dat het verhaal op een of andere manier over Groot-Brittannië gaat maar specifiek dat dat wordt het niet. Vervolgens is ook bepaald of de plaats van handeling expliciet wordt benoemd in de tekst. Dit is het geval als de plaatsnaam wordt genoemd. Maar een plaatsverwijzing hoeft niet per se te gebeuren op basis van de plaatsnaam. Als in het verhaal bijvoorbeeld wordt verwezen naar Downing Street dan is dat opgevat als een impliciete verwijzing naar Londen. Tot slot is beoordeeld of uit de tekst duidelijk wordt dat de correspondent zelf ter plaatse was of niet. Dit is het geval als het duidelijk is dat de correspondent mensen ter plaatse spreekt of als er (levendige) beschrijvingen van de plaats en/of ruimte in het artikel aanwezig zijn. In sommige artikelen verwijzen correspondenten naar wat er in een andere krant of op televisie is gezegd. Als dit de enige referenties zijn, dan is bij het artikel vastgelegd dat de correspondent *niet* ter plaatse was. Het zou natuurlijk wel kunnen dat de correspondent het artikel alsnog wel ter plaatse heeft geschreven, hier is het echter van belang in hoeverre dat wel of niet valt af te leiden uit de inhoud van de tekst.

In de Telegraaf staan vier artikelen die overal/nergens plaatsvinden. In Trouw zijn dat twee artikelen en in de Volkskrant is dat er één. De zes artikelen in de Telegraaf met een plaatsbepaling spelen zich af in Londen (in twee artikelen is er ook een tweede plaats van handeling – Manchester en Brussel). In Trouw spelen vijf artikelen zich af in Londen (waarbij een artikel zich deels ook in Brussel afspeelt). Daarnaast zijn er artikelen in Manchester, Bristol en Dublin. In de Volkskrant vinden we zes artikelen die zich plaatsvinden in Londen (hier is Hamstead bij meegerekend dat in Noord-Londen ligt maar

Tabel 7.2: Waar de handelingen plaatsvinden per artikel

id	waar?	impliciet/expliciet?	ter plaatse?
teleg_0029	Londen	expliciet	nee
teleg_0142	Londen	impliciet	ja
teleg_0161	Londen	impliciet	nee
teleg_0173	onbekend	-	-
teleg_0184	Londen	expliciet	ja
teleg_0208	onbekend	-	-
teleg_0259	onbekend	-	-
teleg_0317	Londen / Manchester	expliciet	nee
teleg_0323	Londen / Brussel	expliciet	nee
teleg_0503	onbekend	-	-
trouw_0035	Londen	expliciet	nee
trouw_0156	Londen	expliciet	ja
trouw_0157	Londen	expliciet	nee
trouw_0203	Londen	expliciet	ja
trouw_0250	Manchester	expliciet	nee
trouw_0261	onbekend	-	-
trouw_0270	onbekend	-	-
trouw_0298	Londen / Brussel	expliciet	nee
trouw_0421	Bristol	expliciet	ja
trouw_0464	Dublin	expliciet	nee
volks_0044	Londen	impliciet	nee
volks_0160	Londen	expliciet	ja
volks_0173	Boston	expliciet	ja
volks_0185	Londen	expliciet	ja
volks_0239	Hampstead	expliciet	ja
volks_0270	Wolverhampton	expliciet	ja
volks_0272	Londen	expliciet	ja
volks_0430	onbekend	-	-
volks_0454	Londen / Florence	expliciet	nee
volks_0473	Manchester / Brighton	expliciet	ja

wel als aparte plaats wordt benoemd in een van de artikelen). Daarnaast zijn er artikelen in Boston (in Groot-Brittannië), Wolverhampton en een artikel over de partijcongressen van de Tories en Labour die plaatsvonden in respectievelijk Manchester en Brighton.

Als het artikel een plaats heeft dan wordt meestal ook naar die plaats verwezen met de plaatsnaam. In de Telegraaf staan twee impliciete verwijzingen, in de Volkskrant is dat er één en in Trouw is er altijd sprake van expliciete verwijzingen. In de artikelen van de Telegraaf die ‘ergens’ plaatsvinden is in twee gevallen duidelijk dat de correspondent ter plaatse is (dat is het eerdergenoemde artikel over Tommy Cooper waarin de correspondent met een vriend het Victoria & Albert Museum bezoekt en het interview met de uitgever van de New-European). Overigens is het mogelijk dat de Telegraaf in sommige gevallen de langere stukken van de correspondent zodanig heeft ingekort dat situaties waarin hij wel ter plaatse was, zijn weggefallen. Zo staan de volgende geïsoleerde regels in één van de artikelen:

“Nee, niet weer nieuwe verkiezingen.’ De verontwaardiging van de bejaarde Brenda uit Bristol is volstrekt authentiek.” (teleg_0317)

Noch in de rest van de alinea, noch in de rest van het artikel wordt verder verwezen naar Bristol of de ‘bejaarde Brenda’. In Trouw is de correspondent drie keer ter plaatse. Allereerst in een verhaal waarin de correspondent met de drie ‘Brexiters’ (de Brexit-vleugel van de Conservatieve partij: Redwood, Burns en Rees-Mogg) spreekt over de – wat hun betreft rooskleurige – toekomst van Groot-Brittannië. Ten tweede in een verhaal over Corbyn’s aftrap van de verkiezingscampagne in een zaal in Westminster. Tot slot in het interview met Parr. De Volkskrant wijkt in dit opzicht sterk af van de andere twee kranten omdat de correspondent in bijna alle artikelen op locatie aanwezig is (zeven van de tien keer) waaronder een artikel waar inwoners van Boston wordt gevraagd naar hun mening over Brexit en een artikel waar inwoners van Wolverhampton wordt gevraagd op wie ze gaan stemmen en waarom.

Om de plaatsbepaaldheid van de verhalen verder te beoordelen is eveneens gekeken naar of en, zo ja, hoe plaats en ruimte omschreven worden in de tekst. Omdat de correspondent van de Volkskrant het meest ter plaatse is, zijn in zijn artikelen de meeste van deze beschrijvingen te vinden. Maar ook in de andere kranten zijn hier en daar dergelijke beschrijvingen te vinden. Enkele voorbeelden:

*“er zijn zoveel musea in Londen dat het overzicht altijd zoek is”
(teleg_0184)*

“Dat moet de theaterafdeling zijn. Derde verdieping, na de trap rechts aanhouden.” (teleg_0184)

“vanachter zijn bureau met uitzicht op de Thames en het parlement in Westminster.” (trouw_0156)

“Het monotone geklop van hamers komt je tegemoet als je de expositieruimte in Bristol betreedt. [...] Om hem heen lege kartonnen dozen en bouwlampen. Binnen ruik je dat de verf nog maar net droog is.” (trouw_0421)

“Een donkere Hyundai komt aangescheurd over Westminster Bridge, de brug waar altijd een Schotse doedelzakspeler staat, waar Chinese stelletjes trouwfoto’s nemen, waar duizenden toeristen een selfie nemen met ’s wereld beroemdste klok.” (volks_0160)

*“Dat geldt bijvoorbeeld voor Chris Jordan, een 70 jaar oude componist uit St John’s Wood die koffie drinkt op een zonnig terras.”
(volks_0272)*

“De Diana Memorial Garden in Hyde Park is een picknickplek voor gezinnen, waar kinderen in een kunstmatig beekje kunnen pootjebaden. Verderop staat een standbeeld van Peter Pan.” (volks_0430)

Je kunt zeggen dat dergelijke omschrijvingen belangrijk zijn omdat ze – zij het op een oppervlakkige manier – bijdragen aan de plaatsbepaaldheid van een artikel. Interessant genoeg zijn er ook enkele voorbeelden te vinden waarbij deze omschrijvingen meer doen dan alleen de handeling in een concrete ruimte plaatsen. In die gevallen geeft de omschrijving een context mee die relevant is om het nieuws te begrijpen. Hieronder zijn enkele voorbeelden gegeven waarbij de omschreven ruimte iets zegt over de relatie die immigratie heeft tot Brexit. De eerste twee quotes komen uit het eerdere aangehaalde artikel in Trouw waarin door middel van een interivew met Judah immigratie in Londen wordt onderzocht. De quote uit het eerste Volkskrant artikel beschrijft Boston, de stad met het hoogste percentage ‘Leave’-stemmers. De quote uit het tweede Volkskrant artikel geeft een context bij de inwoners van Wolverhampton die gevraagd worden wat ze vinden van de aankomende verkiezingen.

“Ik raakte aan de praat met Roemenen die op weg waren naar Hyde Park Corner, waaronder daklozen in tunnels slapen.” (trouw_0035)

“Loop je naar Belgravia Square dan zul je zien dat daar 's avonds alle lichten uit zijn. De huizen kosten er miljoenen, maar er woont niemand, ze staan op naam staan van brievenbusfirma's in het Caribisch gebied. De echte eigenaar is onvindbaar.” (trouw_0035)

“De bezoeker die van het station, waar twee treinen per uur passeren, naar het centrum wandelt, komt als eerste winkel een grote Baltische supermarkt tegen. Iets verderop staat een 'European Market', met twee Europese vlaggen op de gevel. Bij de Poolse bakker staat naast een Poolse vlag de Union Jack.” (volks_0173)

“Het is een onopvallend gebied waar eengezinswoningen in de schaduw liggen van flats. De winkelstraat telt alle noodzakelijke voorzieningen: snackbar, apotheek, bank, postkantoor, liefdadigheidswinkel, bakker, begrafenisondernemer, bloemist, gokkantoor, drie kroegen en een caf) waar een kop koffie nog minder dan een pond kost. De kerk heeft concurrentie gekregen van een sikh-tempel.” (volks_0270)

Naast omschrijving van plaats en ruimte kunnen correspondenten ook topografische beschrijvingen van geografische entiteiten gebruiken. Het lijkt aannemelijk dat dergelijke beschrijvingen in een journalistieke context als een kapstok kunnen fungeren om andere kennisstructuren aan op te hangen. Neem als voorbeeld dat Dover een kustplaats is dat ligt aan het Nauw van Calais. Deze ligging betekent dat het een belangrijke havenplaats voor handel tussen Europa en Groot-Brittannië is en dus dat Brexit voor deze plaats iets heel anders betekent dan voor bijvoorbeeld Londen. In de artikelen vinden we dergelijke beschrijvingen echter niet regelmatig terug. Indien ze aanwezig zijn, dan komen ze meestal niet voor in de context van andere kennisstructuren. Enkele voorbeelden:

“Gibraltar, de apenrots [sic] aan de Spaanse Zuidkust” (teleg_0173)

“de populaire Borough Market in de buurt van London Bridge” (teleg_0317)

“de flatbrand in het westen van Londen” (trouw_0298)

“Meer zorgen maakt hij zich over wat er zich 666 kilometer noordwaarts afspeelt, in Edinburgh.” (volks_0185)

Net als omschrijvingen van plaats en ruimte zorgen dergelijke topografische beschrijvingen ervoor dat het nieuws een plaats krijgt maar ze dragen niet per se bij aan diepere kennis. In de dataset zijn slechts twee gevallen gevonden waarin de melding van de ligging wel iets bij draagt aan de inhoud van het verhaal:

“De grens is 500 kilometer lang en kent wel 275 overgangen.” (trouw_0464)

“Juist door de ligging nabij de Noordzee – de kleine vrachthaven is nog altijd in bedrijf – is het afgelegen Boston, paradoxaal, door de eeuwen een internationale plek geweest.” (volks_0173)

In het eerste geval gaat het om de grens tussen Ierland en Noord-Ierland. Vanwege deze geografie acht de Europese Unie een speciale 'hightech'-grens, waarbij goederen en personen online geregistreerd kunnen worden en via een tracking systeem, een onrealistisch plan. Het tweede voorbeeld geeft een context bij het feit dat Bosten het hoogste percentage 'Leave'-stemmers in Groot-Brittannië.

7.4 Lokale contexten

Zoals in [paragraaf 5.1](#) is aangegeven, is de verwachting dat de kracht van correspondenten ligt in de eigenschap dat ze ter plaatse zijn en om die reden makkelijk toegang hebben tot de lokale contexten die voor de geografie zo belangrijk zijn. Uit de teksten valt een groot aantal van deze contexten te destilleren. Er bestaat echter wel grote variatie in de contexten. Deze kunnen oppervlakkig zijn of juist diepgaand (en alles er tussen in). Daarnaast kunnen ze als een terzijde worden genoemd of juist de kern zijn van het verhaal (en ook hiertussen zitten gradaties). Zonder een compleet overzicht te kunnen of willen geven, zullen hier een drietal thema's worden gebruikt om een aantal voorbeelden van geografische context uit de steekproef te lichten.

7.4.1 Verdeeldheid

Het eerste thema is verdeeldheid tijdens Brexit. In de Telegraaf wordt in het volgende citaat duidelijk gemaakt dat Groot-Brittannië geen homogene groep is. Kennelijk stonden er verschillende leeftijds-, sociaal-economische en geografische groepen tegenover elkaar. Het is niet duidelijk waarover deze groepen van mening verschillen en waarom, maar voor een lezer bevat het citaat wel belangrijke informatie: niet iedereen in Engeland is het eens met Brexit, sterker nog verschillende groepen zijn het niet met elkaar eens.

“Het Brexit referendum verdeelde het Verenigd Koninkrijk tot op het bot. Jong en oud, arm en rijk, Noord en Zuid, hoog opgeleid en ongeschoold stonden pal tegenover elkaar wat betreft de toekomstige relatie met de Europese Unie. [May] zegt de komende maanden ‘namens jong en oud, rijk en arm, stad en platteland’ en ‘alle dorpen en buurtschappen ertussen in’ te gaan onderhandelen. En oh ja, ook namens de in het land aanwezige EU-onderdanen.”
([teleg_0161](#))

In de Telegraaf staat ook een andere aardige context. Het volgende citaat maakt allereerst duidelijk dat Brexit een gevoelig en controversieel onderwerp is, maar zegt ook iets over hoe zich dat in de samenleving manifesteert. Dat is een mooi voorbeeld van iets dat een buitenstaander waarschijnlijk niet zou meekrijgen.

“Britse komieken hebben het trouwens ook moeilijk met het onderwerp. Hedendaagse stand-upcomedians’ komen steevast in de problemen als ze grappen over het Britse vertrek uit de EU maken. Een deel van het publiek loopt steevast weg zodra ik het over Brexit heb, klaagt Marcus Brigstocke op Facebook. Zijn opmerking zorgt voor een lawine aan verontwaardigde reacties. Met als belangrijkste strekking dat grappen over de buitenlanders hatende Britten gewoon niet leuk zijn.” ([teleg_0184](#))

In de Trouw staat in het kader van de verkiezingen een interessant inzicht in de verdeeldheid in de Britse samenleving, namelijk de rol die de tabloids daarin spelen. Iemand die de Nederlandse pers gewend is, zal zich mogelijk niet realiseren op welke manier de tabloids in Groot-Brittannië opereren en hoe dat verdeeldheid in de hand werkt.

“De tabloids graven dag in dag uit in zijn verleden. Ze vonden ontmoetingen met voormalige Ira-leden, ook zou Corbyn weleens het podium hebben gedeeld met een Holocaustontkenner en islamitische haatpredikers. Zelfs gisteren nog schreef de Daily Mail, de best gelezen krant van het land, op de eerste 13 pagina’s over hoe Corbyn terreur goedpraat, hoe de mensen om hem heen marxistisch zijn en volkomen incompetent. Alles om maar duidelijk te maken: de man is een gevaar.” (trouw_0270)

Een mooie contra-geografie biedt de Volkskrant in het interview met journalist Goodhart. Volgens hem hebben progressieve individualisten in Londen en andere steden hun wereldbeeld proberen op te leggen aan de rest van het land. Brexit is daar een reactie op. Het hele artikel biedt een diepgaande blik op deze sociaal-geografische kloof. Hoewel het artikel gebaseerd is op een interview met één schrijver biedt het een interessant perspectief op de structurelere oorzaken voor de Brexit.

“Voor grootstedelingen heeft de globalisering prima uitgepakt. Ze hebben, zo zegt hij, hun macht misbruikt. ‘Niet eens bewust. Ze hadden niet in de gaten dat ze zijn opgekomen voor hun eigen belangen omdat ze zichzelf niet als een groep zien, terwijl ze dat wel zijn. Jonge Anywheres ontmoeten elkaar op de campussen van de universiteiten en gaan vaak wonen in het almachtige Londen. Daardoor leven ze vanaf hun 17de min of meer gescheiden van de provincie. Het brengt met zich mee dat ze weinig kunnen met mensen die een ander wereldbeeld koesteren, of daar zelfs vijandig op reageren.’ Anywheres zijn heel tolerant, is zijn ervaring, maar lang niet altijd op politiek gebied.” (volks_0239)

Een ander interessant aspect aan verdeeldheid over Brexit zien we bij Corbyn en Labour. Labour onder leiding van Corbyn is namelijk om geheel eigen redenen ook niet enthousiast over de EU. Deze houding wordt hem door zijn eigen parlementsleden kwalijk genomen. In 2016 spraken 172 Labour-parlementsleden een motie van wantrouwen tegen hem uit vanwege zijn halfhartige manier van campagne voeren in de aanloop naar het brexit-referendum. Binnen de fractie wezen ze Corbyn als medeverantwoordelijke aan voor het feit dat een meerderheid van de Britten 'Leave' stemde. In zowel Trouw als de Volkskrant wordt deze situatie uitgelegd.

“Anders dan de brexiteers zijn ze voor de vrijheid van personenverkeer en tegen onbelemmerde vrijhandel, maar voor hen biedt een harde Brexit een belangrijk voordeel: het nationaliseren van spoorwegen en nutsbedrijven kan niet als lid van de EU, dat volgens Corbyn veel te neoliberal van karakter is.” (volks_0473)

“Tegelijk waren ook de stemmers van Labour enorm verdeeld. Een derde van de Labour-kiezers koos voor Leave, met name in het midden en noorden van Engeland, waar de working class zich al generaties lang verbonden voelt met de partij. Heel veel traditionele rode kiesdistricten wilden in meerderheid uit de EU. Maar de Labour-stemmers die in grote steden wonen, waren juist zeer pro-EU. Onder hen veel hoogopgeleide Londenaren bijvoorbeeld. Britten die blij zijn met globalisering en geen bedreiging zien of voelen van de toestroom van Oost-Europese werknemers.” (trouw_0203)

7.4.2 Migratie

Het volgende citaat uit de Telegraaf maakt duidelijk dat migratie een belangrijk thema voor Brexit is. Bovendien krijgen we als context mee dat het om de ‘ongebreidelde’ immigratie van *Oost-Europeanen* gaat. Hoewel we hier wel een context meekrijgen, roept deze informatie ook veel vragen op. Er wordt verwezen naar ‘de Britten’. Dat zullen niet letterlijk alle Britten zijn. Indien er sprake is van immigratie vanuit Oost-Europa dan zal er in Groot-Brittannië ook een behoefte aan relatief goedkope arbeidskrachten zijn. Er zullen dus ook Britten zijn die voorstander zijn van deze immigratie. Hoe zit dat precies? Daarnaast is de omschrijving van de immigratie als ongebreideld op zijn best nogal suggestief. Om wat voor aantallen hebben we het hier eigenlijk? Verder kun je je afvragen waarom deze immigratanten voor een bepaalde groep Britten dan een probleem vormt. Veroorzaken ze overlast, en, zo ja, op wat voor manieren? Deze vragen worden in geen van de artikelen van de Telegraaf in de steekproef geaddresserd.

“Via die interne markt kregen Britse bedrijven immers vrijelijk toegang tot een markt van, indertijd, bijna 300 miljoen welgestelde Europeanen. Sindsdien is er veel veranderd. De voordelen van de Europese markt wogen in de ogen van de Britten niet op tegen de nadelen van de ongebreidelde immigratie van Oost-Europeanen.” (teleg_0029)

De steekproef van Trouw bevat een interessant interview met journalist Judah dat een achtergrond geeft bij de migratiestromen in Groot-Brittannië. In het artikel wordt de migratiestromen gekwantificeerd en in de context van stadsverandering in Londen geplaatst. Daarbij is er zowel aandacht voor arme als rijke migranten. Beide groepen drukken hun stempel op de stad die voor velen onherkenbaar is veranderd.

“De regering van premier Cameron wilde het aantal immigranten onder de 100.000 terugbrengen. De huidige premier May wil dat ook. Toch kwamen er in 2016 300.000 vreemdelingen bij. Immigratie was voor veel Britten een motief om voor Brexit te stemmen.” (trouw_0035)

“Londen is hét voorbeeld van de veranderende westerse hoofdstad in de 21ste eeuw: 8,6 miljoen inwoners, onder wie velen die absurd rijk of schrijnend arm zijn, heel veel immigranten – 40 procent van de inwoners komt uit het buitenland – en zo’n 600.000 illegalen.” (trouw_0035)

“Maar erachter is het een totaal andere stad geworden, vroeger was hij van de Lords en de hertogen, nu is ze van Russische oligarchen en prinses uit Qatar. En de butlers en de dienstmeisjes uit de Britse aristocratie hebben plaatsgemaakt voor een Marokkaanse keukenhulp, een Filippijnse werkster en een Hongaarse bodyguard.” (trouw_0035)

Ook de steekproef van de Volkskrant bevat een artikel dat inzicht geeft in de migratiestromen in Groot-Brittannië maar dan in context van het provinciestadje Boston. Ook hier wordt de migrantenstroom gekwantificeerd. Daarnaast wordt de migrantenstroom gekoppeld aan de werkgelegenheid in de voedselindustrie. De situatie wordt vanuit verschillende kanten belicht; vanuit mensen die hun eigen stad niet meer herkennen, vanuit mensen die vinden dat het meevalt en ook vanuit migranten zelf.

“Meer dan driekwart van de Bostonians stemde voor vertrek uit de EU, hetgeen te maken heeft met de komst van Litouwers, Bulgaren, Letten, Polen en Roemenen. Tussen 2004 en 2014 is de migrantenpopulatie met 460 procent gestegen, dankzij een eendeloos aanbod van banen in de akkerbouw, bloementeel en voedselindustrie.” (volks_0173)

“De vraag naar arbeid blijft echter onverzadigbaar. In de ramen van winkels en uitzendbureaus hangen meertalige advertenties, voor fabrieksarbeiders, obers en preiplukkers.” (volks_0173)

“Volgens de officiële cijfers is 13 procent van de ruim 35 duizend inwoners van Boston van Oost-Europese komaf, maar op straat lijkt de helft van de conversaties in een vreemde taal te worden gevoerd. ‘Wanneer ik mijn ogen dichtdoe, lijkt het alsof ik in Oost-Europa ben’, vat een op het stadsplein wachtende taxichauffeur het samen. Wat bij deze indruk meespeelt, is dat migranten vaak in groepjes lopen, druk pratend, terwijl veel Engelsen alleen lopen.” (volks_0173)

“Vergeleken met twintig jaar geleden is het veel levendiger. Veel van mijn stadgenoten vergeten hoeveel winkelpanden leegstonden, hoe stil de straten waren. We zijn kosmopolischer dan ooit.’ Zijn vrouw Alice, een kind van Ierse immigranten, valt hem bij. ‘Ik was hoofdonderwijzer en er waren inderdaad problemen in het begin. Langzaam is het beter gegaan, maar helaas te laat om Brexit te voorkomen.’ ‘Er’ verwijst niet per se naar ‘buitenlanders’, maar ook meer in het algemeen naar de status van Boston in de orde van dingen. De historische faam van de stad is dat ze in zekere zin de baarmoeder is van de Verenigde Staten van Amerika. Uit deze omgeving kwamen de calvinistische Pelgrim Vaders die in 1607 de eerste succesvolle nederzetting in Noord-Amerika stichtten, op de plek waar nu het Amerikaanse Boston ligt. Terwijl het nieuwe Boston een wereldstad werd, bleef het Britse Boston een provinciestad, een geïsoleerde plek in de lange leegten van Lincolnshire. Uit het zicht van Londen en politiek Westminster. ‘Even een koffie en een sjaggie voor ik weer acht uur tussen de dode varkens sta. Dit is het soort werk dat meer Britten moeten gaan doen in de toekomst, werk waar werklozen nu hun neus voor ophalen.”’ (volks_0173)

“De Litouwse slager Sigitas zegt dat zijn plan om nieuwe vestigingen te openen is uitgesteld. ‘Ik wil eerst weten of ik kan blijven en of er geen importtarieven komen.’ Aan de overkant van West Street spreekt de Koerdische supermarkteigenaar Zan – de meest

Oost-Europese toko's zijn in handen van ondernemende Koerden – over een nachtmerrie. ‘Bij een immigratiestop kan ik de deuren wel sluiten.’ (volks_0173)

7.4.3 Handel

Een laatste voorbeeld gaat over lokale contexten in het kader van handel. Daarbij is vooral de grens tussen Noord-Ierland en Ierland een interessante kwestie. In het volgende citaat uit de Telegraaf wordt duidelijk dat May's verlies tijdens de verkiezingen haar onderhandelingspositie danig heeft verzwakt. Omdat ze gedoogsteun van de DUP nodig heeft, kan ze niet de koers varen die ze eerder had aangekondigd.

“Met het beroep op de DUP maakt May haar positie lastiger. De DUP is weliswaar altijd voor een vertrek van de Britten uit de EU geweest, maar geeft de voorkeur aan een veel mildere variant dan het rigoureuze afscheid van de interne markt waar de Conservatieven onder May naar streven. Het betekent ook dat het voorkomen van een harde grens tussen Noord-Ierland en Ierland nog hoger op de agenda komt te staan.” (teleg_0259)

In de Volkskrant wordt in de volgende quote omschreven wat een praktisch gevolg kan zijn van de Brexit als Groot-Brittannië daarmee ook uit de douane-unie stapt: lange rijen op verschillende kust- en grensplaatsen.

“Lange rijen vrachtwagens in Calais, Harwich of Dover, of aan de grens tussen Ierland en Noord-Ierland. Dat is niet iets wat May graag wil zien na een Brexit. Voortzetting van het lidmaatschap van de grootste douane-unie ter wereld is dus wenselijk, maar er is een groot probleem: de Britse regering wil handelsakkoorden sluiten met landen buiten Europa.” (volks_0044)

Bovengenoemde voorbeelden geven context bij wat er speelt. Maar in de Trouw wordt dit thema veel grondiger uitgewerkt. In de artikelen van Telegraaf en de Volkskrant vraagt men zich vooral af hoe dit Groot-Brittannië zal treffen. In Trouw wordt ook consequent gewezen op de gevolgen voor Europa en Nederland. Oud-minister Redwood wordt bijvoorbeeld aangehaald om duidelijk te maken *waarom* dit voor de Brexiteers een logische keuze is;

Groot-Brittannië importeert meer uit de EU dan dat ze exporteren. Ze wijzen er om deze reden dus op dat het in ieders eigenbelang is om een goed handelsakkoord te sluiten. Deze import-export balans wordt in een ander artikel verder gekwantificeerd.

“Wij willen graag tariefvrij blijven handelen. Maar als er tarieven komen, zal dat ook de Nederlandse bloemensector keihard raken. Of de Franse kaasboeren. De Duitse auto-industrie. Als de EU echt al hun eigen bedrijven wil benadelen, prima, dan heffen wij importtarieven op alles wat we uit Europa halen. Daar verdienen wij meer aan dan andersom omdat wij meer uit de EU importeren dan dat we exporteren.” (trouw_0156)

“44 procent van de Britse export gaat immers naar andere EU-landen, terwijl 53 procent van hun totale import uit de Unie komt. Daarom willen ze een vrijhandelsakkoord sluiten met Brussel, zonder handelstarieven en andere barrières.” (trouw_0157)

In het kader van de grens tussen Ierland en Noord-Ierland geeft Trouw eveneens de rijkste context. De correspondent haalt aan dat de open grens tussen Ierland en Noord-Ierland een belangrijk symbool is voor de vrede tussen het Britse leger en de IRA. Omdat deze grens op die manier twintig jaar bestaan heeft, zijn de gemeenschappen aan beide kanten ervan sterk met elkaar vervlochten geraakt. Brexit is in dat opzicht dus extra problematisch. Verder kwantificeert Trouw de exportrelatie die Noord-Ierland heeft met Ierland om te verklaren waarom veel Noord-Ieren en ook de DUP tegen een harde Brexit zijn.

“In het Goede Vrijdagakkoord in 1998, waarmee een einde kwam aan bijna dertig jaar geweld tussen het Britse leger en de Ira, is afgesproken dat de landsgrens tussen de twee Ierlanden volledig verdwijnt. In de afgelopen 20 jaar is de open grens hét symbool van de vrede. Noord-Ieren in de grensregio halen hun boodschappen in Ierland, terwijl Ieren in geval van nood naar Noord-Ierse ziekenhuizen worden gereden. Het enige waar je nog aan merkt dat je een grens over gaat is dat de maximumsnelheid niet langer in Engelse mijlen, maar in kilometers wordt aangegeven.” (trouw_0464)

“Liefst dertig procent van alle export gaat naar de zuiderburen, voedsel en landbouwproducten vormen daarvan meer dan de helft. Niet verwonderlijk dat ruim twee derde van de Noord-Ierse grens-regio bij het referendum tegen Brexit stemde. Want elke vorm van grenscontrole kan de goederenstroom vertragen.” (trouw_0464)

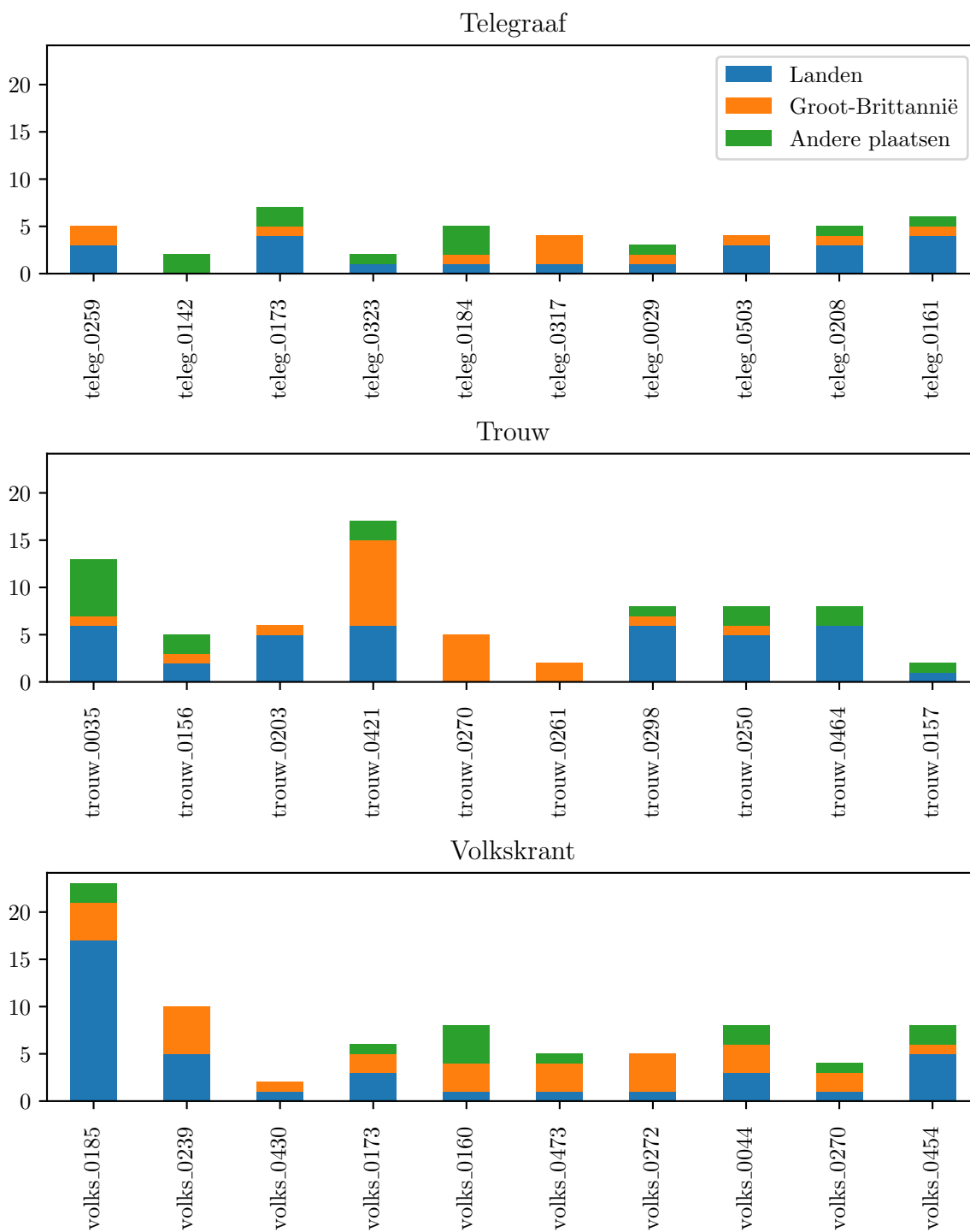
7.5 Toponiemengebruik

Tot slot kijken we dan naar het toponiemengebruik in de geselecteerde artikelen. Uit de verdeling van het aantal unieke toponiemen uitgesplitst naar soort (land, plaats in Groot-Brittannië of een plaats erbuiten) kunnen we een aantal zaken opmaken (figuur 7.1). Allereerst bevat de Telegraaf overwegend minder unieke toponiemen per artikel (mediaan is 4,5) dan Trouw en de Volkskrant (mediaan is 7). De artikelen in de Telegraaf zijn echter over het algemeen ook een stuk korter dan in de andere twee kranten. Ten tweede ligt de nadruk in de Volkskrant eerder op plaatsen dan op landen, terwijl dit bij de Telegraaf en Trouw omgekeerd lijkt te zijn. Dit lijkt samen te hangen met de politieke invalshoek die dominant is in beide kranten, terwijl de Volkskrant het Brexit meer vanaf ‘de straat’ verslaat. Tot slot valt op dat zowel Trouw als de Volkskrant een of twee outliers hebben waarbij het aantal unieke toponiemen meer dan tien is (in de Volkskrant is zelfs een artikel met 23 unieke toponiemen).

Wat kunnen we opmaken over toponiemengebruik en geografische kennisstructuren op basis van deze dataset? Het is interessant om met de in de vorige alinea genoemde outliers te beginnen. Zijn die artikelen volgeladen met geografische informatie? Het artikel in de Volkskrant betreft het interview met Stewart. Hij vertelt over zijn boek waarin de unie tussen Engeland en Schotland een belangrijk thema is. Aanleiding voor het gesprek is het onafhankelijkheidsreferendum waar het Schotse parlement over gaat stemmen. Het verhaal over deze unie wordt deels verteld aan de hand van zijn eigen avontuurlijke leven en dat van zijn vader. Zo worden er in het verhaal allerlei verre oorden opgevoerd. Deze vormen echter niet de kern van het stuk en dragen weinig bij aan het verder wel geografisch interessante thema.

De ene outlier in Trouw is het interview met Parr. Hier geldt iets vergelijkbaars met het interview met Stewart. Het artikel staat stil bij wat de fotograaf allemaal gedaan heeft en waar hij allemaal geweest is. Maar dat is niet de kern van het verhaal. Het artikel gaat over Engels nationalisme,

Figuur 7.1: Aantal unieke toponiemen per artikel en soort



vergane glorie en de Brexit in het midden van Engeland. Dat de fotograaf ook in Zuid-Amerika en Japan is geweest, voegt aan de geografische kern van het verhaal niet veel toe. Maar de toponiemen die verwijzen naar de mijnstreek doen dat wel. De andere outlier is het interview met Judah. In dit artikel zijn alle toponiemen geografisch relevant. Het volgende citaat laat mooi zien hoe in dat stuk allerlei relaties worden gelegd tussen verschillende plaatsen. Dat doet dus heel erg denken aan Harvey's derde kennisstructuur (paragraaf 2.1.3) en de vragen die vanuit een onderwijsgeografisch perspectief worden gesteld (paragraaf 2.3).

“En overal, van Ljubljana tot Amsterdam, vind je wel iets van Londen. Ook daar heb je een parallelle samenleving van immigranten, met een eigen arbeidsmarkt en tegelijk zie je dat Amsterdam ook kapitaal van oligarchen aantrekt. In die zin gaan steeds meer steden op Londen lijken. Maar als je wilt begrijpen wat er met een stad gaat gebeuren als de traditionele, blanke meerderheid verdwijnt uit een stad, dan moet je eerst Londen snappen. Je ziet soortgelijke ontwikkelingen in Berlijn, Parijs, Madrid en Rome. Ook steden waar de steenrijken en de straatarmen buiten het systeem terecht zijn gekomen. Maar nog niet op de schaal zoals je die in Londen ziet.” (trouw_0035)

Een van de hypothesen in de toponiemenanalyse was dat de populaire krant meer dan de kwaliteitskranten manier zoekt om het nieuws te koppelen aan hun lezers (paragraaf 4.1.3). Deze hypothese kwam voort uit de observatie die een van de journalisten maakte, namelijk dat de geografie van de lezer bepaalt of iets nieuws is of niet (paragraaf 3.2.2). Het volgende citaat uit het artikel over Gibraltar geeft een mooi voorbeeld van hoe de schrijver toponiemen gebruikt om het verhaal aantrekkelijker te maken voor de lezers door het aan een Nederlandse context te linken.

“De apenrots werd begin 18-de eeuw overmeesterd door een leger van Engelse en Nederlandse soldaten. Bij de Vrede van Utrecht – nog een Nederlandse connectie – werd Gibraltar in 1714 aan Groot-Brittannië toegekend. De Spanjaarden waren het daar nooit mee eens. Bij referenda in 1967 en 2002 stemde de bevolking echter massaal voor haar Britse status.” (teleg_0173)

Uit de analyse van de artikelen wordt verder duidelijk dat toponiemen op zichzelf niet voor geografische kennis zorgen — een toponiem heeft extra context nodig. Het hangt verder ook van het onderwerp van het verhaal af en in welke mate het toponiem er relevant voor is. In sommige gevallen dragen toponiemen heel veel bij (het verhaal over immigratie in Londen is daarvan een goed voorbeeld) en soms is dat (vrijwel) helemaal niks. Het volgende citaat is een voorbeeld van een toponiem dat weinig tot niks bijdraagt aan de geografische kennis in de tekst. Het lijkt er in de teksten van de correspondenten op plaatsen die ver verwijderd zijn van de standplaats vaak minder relevant zijn dan plaatsen dichterbij.

“In het najaar werd besloten de formule wat te verbreden. Er waren nu eenmaal weken dat het Brexit-debat wat minder hevig was. Kelly: ‘We hebben heel succesvolle nummers gemaakt over bijvoorbeeld Aleppo. Maar dat neemt niet weg dat het hoofd bestanddeel van de krant nog altijd over alle verwickelingen over Brexit gaat.’” (teleg_0142)

De meeste toponiemen zitten ergens tussen beide in. Zeker de toponiemen die verwijzen naar Britse plaatsen bieden geografische inzichten, zoals blijkt uit de volgende citaten.

“In de laatste dagen van de campagne duikt hij voornamelijk op in veilige Labour-kiesdistricten. Daar zijn zetels te vergeven die de partij zonder twijfel zal winnen. Zo was hij in Gateshead, waar Labour de vorige verkiezingen met 15.000 stemmen verschil won, Middlesbrough (12.500 stemmen verschil) en North West Durham (10.000). Daar krijgt hij massa’s op de been en dragen ze hem op handen, maar dat levert geen extra zetels op.” (trouw_0270)

“Parr woont in Bristol, een stad vol hoogopgeleiden en een grote universiteit. Net als Londen kozen ze in Bristol massaal voor Remain. ‘Ik leef in een bubbel’, zegt hij. ‘Ik ken werkelijk niemand die voor de Brexit stemde. Iedereen in mijn omgeving gelooft in de toekomst in de EU. En ook al kom ik veel in het noorden en midden, ik kon niet geloven dat het kon gebeuren. Maar het gebeurde [...]’” (trouw_0421)

“Uitkijkend over de hoogvlakte van Hampstead vertelt hij dat de zogeheten as Hampstead-Hartlepool gebroken is, de coalitie tussen de salonsocialisten in Londen en de arbeidersklasse in het noorden.” (volks_0239)

“Handel, dat is het toverwoord van de brexiteers. Vandaar ook Manchester als plek van handeling. Elke voornamelijk spreker refereerde aan de voormalige textielstad als de geboorteplek van de vrijhandel. Voor de brexiteers is het Manchester Liberalism uit de jaren dertig van de 19de eeuw de blauwdruk van een Verenigd Koninkrijk dat zich bevrijd uit de protectionistische ketenen van Brussel.” (volks_0473)

Hoofdstuk 8

Conclusies

Journalisten schrijven over wat er gebeurt in de wereld. Op die manier produceren ze geografische kennis. Volgens de geograaf Massey heeft alle wereldkennis een essentiële geografische component (zie [paragraaf 2.2](#)); als we geografie negeren dan kunnen we de gebeurtenissen, processen en structuren in de wereld slechts onvolledig begrijpen. Educatiegeografen benadrukken dat de wereld en de aarde complexe systemen zijn die alleen vanuit een holistische visie doorgrond kunnen worden (zie [paragraaf 2.3](#)). Maar de kennis die we opbouwen is relatief omdat deze altijd plaats- en tijdgebonden is. Volgens Van der Vaart betekent dit dat bij het overdragen van kennis relativisering, contextverrijking en waardering van groot belang zijn (zie [paragraaf 2.4](#)). Deze geografische kenniscomponent is dus van groot belang maar vergeet heel wat van de kennisproducent. De journalistiek heeft echter te maken met beperkende omstandigheden zoals tijdsdruk en het referentiekader van de lezer (zie [hoofdstuk 3](#)). Dit betekent dat het geen vanzelfsprekendheid is dat journalisten ‘geografisch verantwoorde’ kennis produceren.

In dit onderzoek stond de vraag centraal in welke mate er sprake is van een geoperspectief in verschillende Nederlandse dagbladen. Deze vraag is geconcretiseerd door te kijken naar de Brexitberichtgeving in 2017 in twee kwaliteitskranten (Trouw en Volkskrant), een populaire krant (Telegraaf) en een regionale krant (Leeuwarder Courant). In dit hoofdstuk zullen we de hoofdvraag als volgt beantwoorden. Eerst zullen we de uitkomsten bespreken van het onderzoek ([paragraaf 8.1](#)) door de opgestelde hypothesen te toetsen aan de gevonden resultaten. Vervolgens zullen we de beperkingen van het onderzoek bekijken ([paragraaf 8.2](#)). We sluiten af met het slotwoord ([paragraaf 8.3](#)) waarin we de hoofd- en belangrijkste deelvragen beantwoorden.

8.1 Uitkomsten

In het theoretisch kader is onderzocht wat een geoperspectief inhoudt volgens geografen. Wat simplistisch gesteld, kun je zeggen dat gelegde geografische verbanden sterker zijn als ze breder zijn ingebed en zowel uit horizontale als verticale relaties zijn opgebouwd. Daarom hanteren we hier de aanname dat we de geografische kwaliteit van het nieuws – in ieder geval indirect – kunnen afleiden uit de geografische spreiding, de gebruikte schaalniveaus en de hoeveelheid verwijzingen naar plaatsen. Deze facetten zijn in principe (in ieder geval ten dele) af te leiden uit een analyse van de gebruikte lemma's en toponiemen. Voor de analyse is een aantal hypotheses opgesteld ([paragraaf 4.1.3](#)) die we hier als leidraad zullen gebruiken om conclusies te trekken over de resultaten. Toponiemen spelen een belangrijke rol in dit onderzoek vanwege de derde dieptestructuur in geografische beeldvorming; de verwachting is dat kranten toponiemen veel gebruiken om het nieuws te localiseren en om geografische verbanden te leggen. Het is zeker niet de enige tekstuele manier waarop je dit kunt doen. Dat toponiemen een belangrijk gereedschap zijn om die doelen te bereiken, is echter evident. Bovendien kun je toponiemen algoritmisch herkennen met behulp van NLP (zie [paragraaf 4.2](#)) en dat maakt het mogelijk om een analyse uit te voeren op een uitgebreide dataset.

De eerste hypothese stelt dat kwaliteitskranten in hun nieuwsaanbod meer verwijzen naar geografische entiteiten dan populaire en regionale kranten. In dit onderzoek is dit op een aantal manieren gemeten. Er is gekeken naar de aanwezigheid van toponiemen in de artikelen. De toponiemen zijn onderzocht op twee schaalniveaus: landen en plaatsen. Voor de onderzochte toponiemen is zowel de absolute frequentie van een toponiem, als het aantal artikelen waarin ten minste één verwijzing naar een toponiem voorkomt gemeten. Als we kijken naar het absolute volume in de Brexit-verslaggeving in 2017 dan zien we inderdaad dat de kwaliteitskranten aanzienlijk meer verwijzingen naar plaatsen bevatten ([tabel 6.8](#)). Kijken we naar het percentage artikelen waarin toponiemen voorkomen, dan zijn de verschillen kleiner. Het percentage artikelen waarin wordt verwezen naar stad/steden ligt bij de Telegraaf zelfs hoger dan bij Trouw (maar niet de Volkskrant). In Trouw is het percentage artikelen waarin wordt verwezen naar een land wel weer hoger dan in de Telegraaf ([figuur 6.4](#)). Daarnaast is er ook gekeken naar het gebruik van algemene geografische lemma's (zoals 'land', 'stad', 'wijk' en 'regio'). Het blijkt dat deze lemma's in kwaliteitskranten meer voorkomen dan in de andere kranten ([paragraaf 6.2.1](#))

Volgens de tweede hypothese zullen kwaliteitskranten een grotere geografische spreiding hebben dan populaire en regionale kranten. De toponiemenanalyse bevestigt dat kwaliteitskranten – qua toponiemen – een grotere spreiding laten zien. Deze spreiding uit zich zowel op landelijk als stedelijk schaalniveau. Dit blijkt uit het grotere aantal unieke toponiemen dat we in de berichtgeving van de kwaliteitskranten tegenkomen (tabel 6.6). Op de wereldkaarten leidt dit tot een grotere spreiding en op de kaarten van het Verenigd Koninkrijk en Nederland tot een grotere dichtheid (zie paragraaf 6.4). De Volkskrant bevat een kwart meer unieke toponiemen dan Trouw; waarbij het verschil vooral zit in het aantal unieke steden. Trouw bevat een derde meer unieke toponiemen dan de Telegraaf en de Leeuwarder Courant. Als we de populaire en regionale krant op dit punt vergelijken zien we twee verschillen. De Telegraaf verwijst naar twee keer zoveel plaatsen in het Verenigd Koninkrijk dan de Leeuwarder Courant. De Leeuwarder Courant is daarentegen de enige krant die naar plaatsen in Friesland verwijst.

De derde hypothese spreekt allereerst de verwachting uit dat alle kranten meer aandacht zullen hebben voor plaatsen waar veel journalisten zitten (zie paragraaf 3.2.3). Bij alle kranten zien we inderdaad een zeer sterke ‘voorkeur’ voor Londen, Brussel en Amsterdam. Dat Londen en Brussel zoveel aandacht krijgen, zal te wijten zijn aan de onderwerpkeuze van de Brexit. Het is een politiek geladen onderwerp; uit de onderzochte citaten blijkt dan ook dat de gevonden plaatsnamen vaak als *totum-pro-parte* worden gebruikt om de landelijke overheid te denoteren. Het feit dat Amsterdam meer in het nieuws voorkomt dan Den Haag lijkt echter wel te bevestigen dat er iets in dit idee zit; de drie landelijke kranten zijn namelijk in Amsterdam gevestigd. Overigens is het kandidaatschap voor het Europees Geneesmiddelenbureau (EMA) in 2017 een belangrijke nieuwsaanleiding geweest om over Amsterdam te schrijven. Zelfs als we accepteren dat Brexit in hoofdzaak een politiek proces is, kun je zeggen dat de dominantie van Londen en Brussel in de berichtgeving problematisch is. Zoals ook beargumenteerd is in de methodologie (paragraaf 4.3) heeft de Brexit voor verschillende locaties een andere betekenis en uitwerking. Het is moeilijk voor te stellen dat aan de complexe werkelijkheid achter de Brexit recht wordt gedaan met zulke dominante nieuwskernen.

De derde hypothese stelt vervolgens dat kwaliteitskranten op een meer gebalanceerde wijze omgaan met deze vooringenomenheid. Uit de resultaten blijkt inderdaad dat kwaliteitskranten een betere balans laten zien. De verschillen zijn echter klein. Als we het verschil tussen de meest voorkomende

plaats en de tweede plaats als maat nemen voor de onevenwichtigheid van de berichtgeving (tabel 6.11) dan is de Telegraaf het minst gebalanceerd en de Volkskrant het meest. Bij de toponiemen van het Verenigd Koninkrijk is de disbalans bij alle kranten het grootst, bij de Nederlandse toponiemen het kleinst. We zien overigens ook een geografische disbalans in de politici die in het nieuws komen (tabel 6.4). Het valt daar op dat May en Trump verreweg de meest genoemde politici zijn. Het is interessant dat we hier niet dezelfde patronen herkennen als bij de toponiemen. Trump overschaduwet Washington D.C. en de Brusselse politici worden veel minder genoemd dan Brussel. Ook zien we dat de nationale politici een belangrijkere rol spelen in de berichtgeving dan de Brusselse.

De vierde hypothese stelt dat de kwaliteitskranten meer aandacht hebben voor de lagere schaalniveaus dan de populaire en regionale kranten. Uit het gebruik van de eerder genoemde geografische lemma's valt af te leiden dat in de kwaliteitskranten vaker gebruik wordt gemaakt van lemma's die verwijzen naar een lager schaalniveau. Wel is in alle kranten de landelijke schaal het meest dominant. Dit gaat ook op voor het absolute volume aan toponiemen: in alle kranten is het totaal aantal verwijzingen naar landen groter dan naar steden. Als we echter kijken naar het percentage artikelen dat ten minste één toponiem op stedelijke schaal bevat, dan valt op dat de Telegraaf – in tegenstelling tot wat we op basis van deze hypothese zouden verwachten – juist een hoger percentage artikelen bevat die naar steden verwijzen dan naar landen (ook al wordt er over de hele linie genomen wel meer verwezen naar landen). De verschillen tussen de kranten zijn overigens niet enorm (figuur 6.4). Deze hypothese wordt dus weerlegd noch ontkracht.

Volgens de vijfde hypothese zal de regionale krant meer aandacht hebben voor plaatsen in de eigen regio dan de andere kranten. Het valt op dat de nationale schaal nog steeds dominant is in de Leeuwarder Courant—maar minder dan in de andere kranten. Ook zien we dat de Randstad een belangrijke rol speelt in de berichtgeving. Tegelijkertijd is het duidelijk dat de localisatie op het lagere schaalniveau voor een belangrijk deel binnen de eigen regio plaatsvindt. Zeker als je het vergelijkt met de andere kranten is dat onmiskenbaar: het noorden van Nederland komt vrijwel niet aan bod in de andere kranten. Zowel in absolute aantallen als in het percentage artikelen verwijst de regionale krant het meest naar de eigen regio. Aangezien de kleinere Friese plaatsen niet herkend zijn door het algoritme zal het verschil in werkelijkheid groter uitpakken dan hier gerapporteerd. Dit sluit dus aan bij de rol die de lezer speelt in de bepaling van het nieuws (paragraaf 3.2.2).

De laatste hypothese zegt dat de populaire krant meer aandacht heeft voor plaatsen in Nederland dan de kwaliteitskranten. Het grootste aandeel van de toponiemen op stedelijk niveau verwijst in de Telegraaf (net als in de andere kranten) naar wereldsteden. Maar het aandeel dat naar toponiemen in Nederland verwijst is in de Telegraaf het grootst. Ook als we naar het percentage artikelen kijken waarin ten minste één toponiem in voorkomt dat naar een Nederlandse plaats verwijst, dan ligt dit bij de Telegraaf aanzienlijk hoger dan bij de andere kranten. Op het schaalniveau van landen zien we ook dat Nederland een groter aandeel heeft dan in de andere kranten. Het is verder interessant dat het Brexit-nieuws in de Telegraaf gemiddeld genomen meer achterin de krant te vinden is – vooral in het financiële katern – dan in de andere kranten. Dat zou er op kunnen wijzen dat dit type internationale nieuws minder belangrijk is dan ander nationaal nieuws.

We kunnen vaststellen dat geen van de hypothesen uitdrukkelijk is verworpen. Elke hypothese wordt in ieder geval ten dele en soms in sterke mate ondersteund door de uitgevoerde analyses. De resultaten bevestigen dus grotendeels de vooraf opgestelde verwachtingen. Als we onze aannames volgen ontstaat daarmee het beeld dat de kwaliteitskranten inderdaad een genuanceerder geoperspectief hebben in hun berichtgeving over Brexit in het jaar 2017 dan de populaire krant en de regionale krant. Dit blijkt vooral uit het feit dat de kwaliteitskranten met een hogere frequentie geografische lemma's en toponiemen gebruiken en dat er een grotere spreiding bestaat in de plaatsen waarnaar ze verwijzen met de toponiemen. Beide facetten hangen waarschijnlijk ook samen met de lengte van de krantenartikelen; in de kwaliteitskranten ligt de gemiddelde lengte een stuk hoger dan in de andere kranten. Dat maakt het ook mogelijk om meer context te geven. Verder bevestigen de resultaten de verwachting dat de regionale krant de Brexit meer aan de eigen regio probeert te koppelen.

Om deze conclusies verder te valideren is een supplementaire inhoudsanalyse uitgevoerd. Voor deze analyse is een kleine subset geselecteerd uit de oorspronkelijke dataset, namelijk de tien langste artikelen van de drie correspondenten in het Verenigd Koninkrijk. Omdat de regionale krant geen eigen correspondent heeft, is deze in dit supplementaire onderzoek niet meegenomen. Dit betekent dan ook dat het niet mogelijk is om op basis van deze analyse iets te zeggen over de conclusies die betrekking hebben op de regionale krant. De uitkomsten van het supplementaire onderzoek bieden echter wel reden om de overige conclusies grotendeels te bevestigen.

De inhoudsanalyse bevestigt dat geografische entiteiten met een hogere

frequentie aan bod komen in de kwaliteitskranten en dat dit samengaat met een grotere geografische spreiding. Uit de onderzochte artikelen van correspondenten blijkt bovendien dat deze artikelen inhoudelijk meer lokale contexten en een sterkere mate van plaatsbepaaldheid bevatten. In de populaire krant is de vraag *waar* het nieuws zich afspeelt, in meerdere artikelen alleen maar onprecies te beantwoorden. Dat duidt erop dat de vierde hypothese juist is en dat de berichtgeving van de populaire krant blijft steken op een algemener niveau. Hoewel er in de populaire krant zeker gebruik wordt gemaakt van lokale contexten om het nieuws te duiden, roept de gegeven informatie in veel gevallen allerlei vragen op. De lokale contexten zoals deze in de kwaliteitskranten worden gebruikt, zijn in dat opzicht rijker en vollediger.

In de artikelen van de correspondenten komt Londen vaker voor dan andere plaatsen. Maar ten opzichte van de grotere steekproef lijkt de balans in de kwaliteitskranten gunstiger uit te vallen. In de Volkskrant vinden vier van de tien verhalen zich buiten Londen plaats, in Trouw zijn dat er drie. Beide kranten hebben enkele uitgebreide stukken die ander delen van het Verenigd Koninkrijk belichten dan Londen. De Volkskrant springt er in dat opzicht tussenuit omdat de correspondent er ook echt vaak op uittrekt en daarbij een grote verscheidenheid aan mensen interviewt. In Trouw en ook in de Telegraaf ligt de nadruk toch vooral op de politieke kring.

Tot slot blijkt dat de gebruikte toponiemen in veel gevallen inderdaad gekoppeld zijn aan geografische kennisstructuren. Het is echter eveneens duidelijk dat er gradaties bestaan in hoe ingebed deze toponiemen in die structuren zijn. Opvallend is wel dat topografische ligging een weinig gebruikt instrument is. Zelfs als de ligging genoemd wordt, is het vaak van weinig inhoudelijke betekenis. De inhoudsanalyse laat wel zien dat er andere strategieën zijn om een verhaal een *plaats* te geven. Zeker de omschrijving van een omgeving kan veel informatie overdragen.

8.2 Beperkingen

Om goed te kunnen bepalen wat we aan deze uitkomsten hebben, is het nodig om stil te staan bij de beperkingen van het onderzoek. Het eerste aspect van dit onderzoek waar we kritisch naar moeten kijken, heeft betrekking op de aannames die gedaan zijn. Deze beperking is ook al besproken in het kader van de methodologie (paragraaf 4.1.1). Dat toponiemen een rol spelen in ruimtelijk redeneren – zoals de eerste aanname stelt – staat niet ter discussie.

Maar *hoe* toponiemen dan precies functioneren in een geoperspectief is niet precies bekend. Op basis van de derde dieptestructuur die besproken is in het theoretisch kader kunnen we concluderen dat redeneren over regio's, schaal en spreiding belangrijke factoren in een geoperspectief zijn. Het theoretisch kader maakt echter ook duidelijk dat een geoperspectief veel meer omvat dan alleen die elementen. Hoe belangrijk zijn toponiemen precies? Welk toponiemgebruik geeft aanleiding tot geografische informatie? Wanneer heeft een toponiem relevantie binnen een artikel en op basis van welke tekstuele indicatoren kun je dat dan herkennen? Dit onderzoek is uitgevoerd zonder een duidelijk antwoord op deze vragen te hebben.

Uit de citaten die in de inhoudsanalyse zijn aangehaald is het mogelijk om iets van een indruk te krijgen—maar om een echt goede afweging te kunnen maken zul je dit systematisch moeten onderzoeken. Zeker omdat in het onderzochte materiaal ook toponiemgebruik is gevonden waarbij de relevantie laag of zelfs niet aanwezig is (denk bijvoorbeeld aan plaatsen die slechts fungeren als locatie voor een vergadering). Andersom is het mogelijk (zelfs waarschijnlijk) dat er geografisch relevant materiaal in de kranten aanwezig is dat niet direct gekoppeld is aan toponiemgebruik. Overigens bleek uit de inhoudsanalyse niet dat hier sprake van zou zijn; in vrijwel alle artikelen met een geografische inhoud werd ook gebruik gemaakt van toponiemen. Niettemin biedt de gevolgde methode geen manier om te kwantificeren hoeveel van de gevonden resultaten irrelevant zijn en ook niet hoeveel wél relevante resultaten niet gevonden zijn. Dit betekent daarom dat we niet met zekerheid kunnen zeggen of we de bronnen op een eerlijke manier met elkaar hebben vergeleken. Aanvullend kwalitatief onderzoek naar de tekstuele kenmerken van geografische informatie zouden dan ook meer duidelijkheid kunnen verstrekken over de validiteit van de hier gevolgde methode.

Een gerelateerde beperking van de analyse is dat deze voornamelijk betekenisvol is door de resultaten tussen de verschillende kranten met elkaar te vergelijken. Dus we kunnen zeggen dat de kwaliteitskranten een genuanceerder geoperspectief hebben dan de populaire krant omdat ze een grotere geografische spreiding hebben, maar dat zegt niet direct iets over hoe genuanceerd dat geoperspectief dan is. Betekent het dat de kwaliteitskranten verantwoord leesvoer zijn voor de geografisch geïnteresseerde, of is het nog steeds niet veel soeps? Overigens is er uit de kwantitatieve analyse wel iets af te leiden over de geografische kwaliteit. Als we kijken naar hoe kranten hun aandacht verdelen over verschillende geografische entiteiten dan valt op dat deze verdeling niet erg gebalanceerd is. Dit is ook iets waarvan de

geïnterviewde journalisten zelf hebben aangegeven dat ze dit als problematisch ervaren (paragraaf 3.2.3). De inhoudsanalyse helpt om hier een genuanceerder antwoord op te formuleren. Door kritisch te kijken naar de lokale contexten die worden aangehaald in een artikel kun je een beeld krijgen van welke facetten er in de tekst ontbreken. Uit het onderzoek dat is uitgevoerd in dit onderzoek blijkt dat de verhalen van de correspondenten, veel goede geografische informatie bevatten.

De keuze voor de Brexit als onderwerp vormt ook een belangrijke beperking voor dit onderzoek. Deze keuze is gemaakt om dat het in LexisNexis niet mogelijk is om *alle* artikelen in een krant over een bepaalde periode op te halen. De vraag is of dat überhaupt wenselijk zou zijn; in dat geval zou je mogelijk nog meer ruis in de dataset krijgen dan nu het geval is. Niettemin heeft de keuze voor Brexit zeker invloed op de gevonden resultaten. Het grootste issue is dat het politieke *frame* zeer dominant bleek te zijn in de berichtgeving. Een andere onderwerpskeuze had het wellicht beter mogelijk gemaakt om hypothese 3a te toetsen. Dat Londen en Brussel zulke dominante kernen zijn in de berichtgeving zegt wel iets maar is ook niet per se onverwacht—veel van het Brexit-nieuws draait per slot van rekening om de interacties tussen de verschillende nationale en Europese overheden. Het zou interessant zijn om het onderzoek uit te voeren op een geografisch onderwerp dat een veel minder sterke politieke component heeft. Welke plaatsen komen in het nieuws en welke niet? Hoe is de aandacht verdeeld tussen de verschillende locaties? Een ander issue is dat het niet mogelijk is om te bepalen hoe representatief deze berichtgeving is voor de rest van de krant. We zien bijvoorbeeld dat de Telegraaf het Brexitnieuws graag achterin in het economisch katern stopt. Wat betekent dat voor de manier waarop de Telegraaf over Brexit rapporteert? Hoe pakt dat uit bij andere onderwerpen?

Hiermee is ook een beperking van de analyse verbonden. In dit onderzoek heeft de analyse van de toponiemen zich voornamelijk gericht op twee eenvoudige indicatoren: absolute frequentie van toponiemen in de dataset en het percentage van artikelen waarin een toponiem voorkomt. Beide indicatoren wijzen uit dat bepaalde plaatsen dominant zijn in de berichtgeving. Maar zijn dat ook de plaatsen waar de meeste geografische informatie over bestaat in de dataset? In de analyse zelf hebben we al stil gestaan bij de mogelijkheid dat dit niet het geval is (6.3.1). Als een land of plaats in alle artikelen precies één keer voorkomt dan scoort deze entiteit in beide indicatoren hoog. Het is echter denkbaar dat met die ene verwijzing per artikel weinig informatie wordt overgedragen. Misschien is het beter om een analyse uit te voeren met

een indicator die rekening houdt met het aantal verwijzingen per artikel. In dit onderzoek werd bijvoorbeeld Gibraltar in absolute zin veel minder vaak genoemd dan het Verenigd Koninkrijk. De artikelen over Gibraltar bleken echter wel aardig wat geografisch relevante context te bevatten. Het is de moeite waard om beter na te denken over de indicatoren die je in dit type onderzoek gebruikt. Mogelijk kunnen verfijndere indicatoren een beter beeld verschaffen van de geografische informatie in een dataset.

Dat er in dit onderzoek qua toponiemen maar op twee schaalniveaus getoetst is, levert ook een beperking op. Dit heeft ertoe geleid dat het moeilijk is om hypothese 4 goed te toetsen. Als we toponiemen van straten, buurten, wijken, regio's, provincies, etc. ook hadden meegenomen, was het misschien mogelijk geweest om een vollediger beeld te krijgen van de schaalniveaus die in de kranten aan bod komen. Uit de inhoudsanalyse blijkt in ieder geval wel dat deze lagere schaalniveaus relevante geografische informatie kunnen bevatten. Dit betekent dat de NER met een veel uitgebreidere dataset (die ook informatie op buurt-, wijk-, regionaal, provinciaal niveau bevat) gevoed moet worden. **OpenStreetMap** is een vrij beschikbare en gedetailleerde dataset die voor dit doeleinde geschikt zou kunnen zijn. Binnen dit onderzoek moeten we het doen met wat er uit de analyses van de algemene geografische lemma's is gekomen. We hebben echter gezien dat deze lemma's vaak ambigu zijn (paragraaf 6.2.1). Het is dus lastig om harde conclusies te verbinden aan de frequentie waarin deze lemma's voorkomen. Wellicht is het mogelijk om een deel van die ambiguïteit te elimineren door ook rekening te houden met bepaalde syntactische en semantische eigenschappen van de gevonden lemma's.

Vervolgens kent de methode ook een aantal beperkingen. Allereerst is het niet mogelijk om in de gevolgde methode op een betrouwbare manier te bepalen wat het aantal *false negatives* in de NER is. Tijdens het analyseren van de citaten werd duidelijk dat in de Leeuwarder Courant enkele keren werd verwezen naar plaatsen die niet herkend zijn door het algoritme. Het is waarschijnlijk dat ze niet herkend zijn omdat de betreffende plaatsen minder dan 5.000 inwoners hebben. In strikte zin is het dan geen *false negative*. In de context van dit onderzoek zouden we die plaatsen echter juist wel willen herkennen. De ondergrens van 5.000 inwoners was per slot van rekening een arbitraire ondergrens die gekozen is om het onderzoek praktisch uitvoerbaar te houden. Het zou verder kunnen dat de **Geonames** dataset onvolkomenheden bevat waardoor plaatsen onterecht niet worden herkend. Tot slot zou het kunnen dat tijdens de annotatieprocedure (zie paragraaf 4.5) bleek dat

het record in meer dan de helft van de geannoteerde paragrafen niet als toponiem werd gebruikt terwijl het óók als legitieme toponiem voorkwam in de dataset. In dat geval heeft de annotatieprocedure onterecht geleid tot het verwijderen van het record uit de dataset. In vervolgonderzoek zou de opzet aangepast kunnen worden zodat ook het percentage *false negatives* bepaald kan worden.

Een andere methodologische beperking heeft te maken met de gehanteerde annotatieregels. Plaatsnamen die voorkomen in de naam van een instituut of organisatie en plaatsnamen die worden gebruikt in een verwijzing naar een historische gebeurtenis zijn positief geannoteerd (zie [paragraaf 4.5](#)). Bij inspectie van de citaten bleek dat deze toponiemen toch vaak niet relevant zijn. Dat een wetenschapper van de Universiteit Utrecht wordt geraadpleegd over de Brexit legt geen inhoudelijk verband tussen de Brexit en Utrecht. Zelfs als je de annotatieregels zou aanpassen, kan dit probleem blijven bestaan. Want als Utrecht in veel gevallen wel als legitieme toponiem voorkomt dan blijft dit gebruik als *false positive* in je dataset behouden. Je kunt in dat geval wel bepalen wat de verwachte fout is. Een robuustere oplossing is echter om het NER-algoritme beter te trainen op dergelijk ‘oninteressant’ gebruik. Op basis van de context waarin de toponiem voorkomt, kan het NER-algoritme dan besluiten om de toponiem niet mee te tellen. Dit zal uiteindelijk leiden tot nauwkeurigere resultaten. Dit is wel een aanzienlijk complexere taak.

Een laatste beperking heeft te maken met het uiteindelijke NER-model waarmee de tellingen zijn gedaan. De annotatieprocedure levert een nauwkeurig model op. Maar die nauwkeurigheid is niet gratis. De annotatieprocedure is een arbeidsintensief proces dat een model oplevert dat *exact* is afgestemd op de dataset waarop het wordt toegepast. Dit betekent dat het uiteindelijke model niet goed op een andere dataset gebruikt kan worden. Alle toponiemen die niet in de dataset voorkomen worden namelijk volledig uit het model verwijderd. Je zult op een andere dataset opnieuw de hele annotatieprocedure moeten doorlopen. In dat opzicht zou het zeer de moeite waard zijn om tot een model te komen dat in bredere zin toepasbaar is op nieuwsbronnen.

8.3 Slotwoord

Dan zijn we nu aan beland op het punt waarop we de hoofdvraag van dit onderzoek kunnen beantwoorden. Een geoperspectief is een geografische manier van denken over de wereld. Deze manier van denken stelt dat processen en verschijnselen ongelijkmatig over de wereld zijn verspreid en dat dit bijdraagt aan het unieke karakter van gebieden. Deze gebieden bestaan niet op zichzelf maar worden mede-gevormd door de wederzijdse relaties en afhankelijkheden die ze hebben met andere gebieden. Hoe processen en verschijnselen zich ergens manifesteren is alleen te begrijpen als we aandacht hebben voor deze context. De geïnterviewde journalisten lijken zich er ook van bewust te zijn dat een dergelijk geoperspectief van belang is hun vakgebied—zelfs als ze dit niet expliciet aan de geografie koppelen. Ze geven aan dat het belangrijk is om gebeurtenissen te kunnen plaatsen in tijd en ruimte en dat je ze moet begrijpen vanuit hun context. Als journalist ben je echter wel beperkt in de ruimte die je krijgt voor context en nuance. Deze idealen staan onder druk van factoren zoals tijdsdruk, ruimtegebrek en het referentiekader van de lezer. Daartegenover staat dat de toegenomen concurrentie met andere media ertoe heeft geleid dat je deze idealen kunt gebruiken om je als krant te onderscheiden.

Journalisten laten ook op een andere manier een geoperspectief zien wanneer ze nadenken over hun vakgebied. De productie van nieuws is voor de geïnterviewde journalisten een geografisch bepaald proces. Dat heeft ten eerste te maken met de geografie van de lezer. Als journalist schrijf je voor een lezerspubliek. Dat publiek woont, werkt en leeft ergens en die plaatsgebonden leefomgeving en identiteit bepaalt welke gebeurtenissen relevantie en betekenis voor ze heeft. De uitdaging voor de journalist is om het nieuws om zo'n manier te brengen dat de lezer het gevoel heeft dat ze het moet lezen. Zeker voor de tragere geografische ontwikkelingen kan dat lastig zijn. Maar niet alleen de locatie van de lezer is belangrijk. De productie van nieuws is ook een geografisch proces vanwege de geografie van de journalist. Om het nieuws te verslaan, helpt het als je ergens naar toe kunt gaan. Het geeft je niet alleen concrete aanknopingspunten om het verhaal te vertellen maar ook de context van waar iets gebeurt (is). Maar deze geografische component van het journalistieke proces heeft ook een keerzijde. Omdat journalisten niet gelijk verdeeld zijn over de wereld, is er over sommige gebieden (te) veel nieuws en over andere gebieden vrijwel geen nieuws.

Als we aan de hand van de gebruikte lemma's en toponiemen op zoek gaan naar geoperspectief in de berichtgeving rondom de Brexit in 2017 dan valt ten eerste een sterke geografische concentratie op rondom de hoofdrolspelers. Deze concentratie is zowel zichtbaar op een stedelijke als nationale schaal. De meest flagrante blinde vlek ligt in het Verenigd Koninkrijk. Londen slokt bijna alle aandacht op. Wat Brexit betekent voor andere plaatsen in het Verenigd Koninkrijk moet de lezer uit een beperkt aantal artikelen proberen af te leiden. Daarbij geldt wel dat het werk dat de correspondenten produceren – ook al is het slechts een fractie op het totaal – er voor een belangrijk deel wel in slagen om de Brexit (in ieder geval tot op zekere hoogte) context en nuance mee te geven. Wel zijn er duidelijke verschillen tussen de diverse kranten. De kwaliteitskranten verwijzen vaker en naar meer verschillende plaatsen (zowel landen als steden). De spreiding en de dichtheid van de plaatsen die in deze kranten aan bod komen, is daarmee groter dan de populaire en regionale krant. Bovendien is de aandacht (wat) evenwichtiger verdeeld over meerdere plaatsen. Uit de inhoudelijke analyse van het werk van de correspondenten blijkt verder dat de kwaliteitskranten de Brexit op een geografisch relevante wijze bij hun lezers over het voetlicht brengen. In de context van dit onderzoek betekent dit dat deze kranten een grotere mate van geoperspectief laten zien dan de andere kranten.

Tegelijkertijd kun je die uitspraak ook nuanceren. Op basis van de gevonden toponiemen kun je zeggen dat de regionale krant erin slaagt om de eigen regio in de berichtgeving over Brexit te betrekken. Zoals de journalisten aangeven, is het een belangrijke taak van het medium om aansluiting te vinden bij de leefwereld van de lezer. Deze taak heeft een inherent geografische dimensie. Als de krant erin slaagt om die taak te vervullen, dan kun je zeggen dat er sprake is van een grote mate van geoperspectief. Zeker gezien het feit dat de kwaliteitskranten vrijwel geen aandacht hebben voor de betreffende regio is deze aanpak van de regionale krant waardevol te noemen. Het biedt een vorm van geografische informatie die je elders niet tegenkomt. Dat argument gaat in zekere zin misschien ook wel op voor de populaire krant. Het is duidelijk dat de aandacht in deze krant meer uitgaat naar de Nederlandse context. Wellicht dat dit ook een manier is om de geografie van de lezer te respecteren. Er zijn wel twee kanttekeningen te plaatsen bij deze redenering. Allereerst vertelt de geografie ons dat je plaatsen in hun onderlinge samenhang moet beschouwen. Een eenzijdige focus op de geografie van de lezer zal dus niet snel een compleet beeld geven. Zeker niet als er sprake is van een zeer onevenwichtige verdeling van de andere plaatsen die het nieuws komen.

Ten tweede is het duidelijk dat de kwaliteitskranten zich ook onderscheiden in de hoeveelheid woorden en artikelen dat ze aan het onderwerp besteden. Dit maakt het waarschijnlijker dat de informatiedichtheid hoger ligt en dat de lezer aan het eind van de dag een completer beeld heeft van de Brexit door het lezen van een kwaliteitskrant.

De gekozen onderzoeksopzet biedt veel potentie. Zeker gegeven de groei van de hoeveelheid beschikbare data is het belangrijk om manieren te vinden om deze nog te behappen. Meer verfijnde en geavanceerde toepassingen van NLP zullen ongetwijfeld een belangrijke rol gaan spelen in geografisch onderzoek. Uit dit onderzoek is gebleken dat zelfs een beperkte en simpele toepassing je de mogelijkheid geeft om een relatief rijke analyse uit te voeren waarbij je allerlei verschillende aspecten kunt betrekken en verbeelden. Tegelijkertijd wordt ook duidelijk dat er nog een grote hoeveelheid beperkingen aan deze methode kleven. Een deel daarvan kan niet worden opgelost door meer rekenkracht of grotere datasets. Het zal ook nodig zijn om geografische kennis in kwalitatieve zin beter te doorgronden. Het gaat dan niet alleen om een beter inzicht in de interactie tussen de verschillende dieptestructuren en hoe deze tot hoogwaardige geografische informatie leiden maar ook om de tekstuele eigenschappen die verbonden zijn met deze vormen van kennis. We gaan in ieder geval een spannende tijd tegemoet waarin de combinatie van nieuwe technologieën en nieuwe data, nieuwe manieren van onderzoek mogelijk gaan maken.

Bibliografie

- Adams, P., J. Craine en J. Dittmer (2014). *The Ashgate research companion to media geography*. Farnham/Burlington: Ashgate Publishing Limited.
- Bakker, P., O. Scholten e.a. (2011). *Communicatiekaart van Nederland: overzicht van media en communicatie*. 8ste ed. Amsterdam: Kluwer.
- Blij, H. de (2009). *The Power of Place: Geography, Destiny, and Globalization's Rough Landscape*. New York: Oxford University Press.
- Bonnet, A. (2003). "Geography as the World Discipline: Connecting Popular and Academic Geographical Imaginations". In: *Area* 35.1, p. 55–63. DOI: [10.1111/1475-4762.00110](https://doi.org/10.1111/1475-4762.00110).
- Buijs, C. M. (2014). "Regiojournalistiek in spagaat: de kwaliteit van het redactieproces in de regionale journalistiek; een case-studie". Proefschrift. Radboud Universiteit Nijmegen.
- Buijs, K. (2011). *Journalistieke kwaliteit in het crossmediale tijdperk*. Den Haag: Boom Lemma Uitgevers.
- Buscaldi, D. en P. Rosso (2008). "Map-based vs. knowledge-based Toponym Disambiguation". In: *International Conference on Information and Knowledge Management, Proceedings*, p. 19–22. DOI: [10.1145/1460007.1460011](https://doi.org/10.1145/1460007.1460011).
- Clifford, N. J. (2002). "The future of Geography: when the whole is less than the sum of its parts". In: *Geoforum* 33.4, p. 431–436. DOI: [10.1016/S0016-7185\(02\)00043-X](https://doi.org/10.1016/S0016-7185(02)00043-X).
- Cohen, R. (2009). "A Journalist's 'Actual Responsibility'". In: *The New York Times*. URL: <https://www.nytimes.com/2009/07/06/opinion/06iht-edcohen.html> (bezoekt op 23-05-2020).

- Commissie Aardrijkskunde Tweede Fase (2003). *Gebieden in perspectief: natuur en samenleving, nabij en veraf*. Amersfoort: Bergdrukkerij.
- Cornia, G. A. en F. Stewart, red. (1987). *Adjustment with a human face: Vol. 1, Protecting the Vulnerable and Promoting Growth*. Oxford: Clarendon.
- Deuze, M. (2004). *Wat is journalistiek?* Amsterdam: Het Spinhuis.
- (2008). “Understanding journalism as newswork: How it changes, and how it remains the same”. In: *Westminster papers in communication & culture* 5.2, p. 4–23.
- Dhar, V. (2013). “Data Science and Prediction”. In: *Communications of the ACM* 56.12, p. 64–73. DOI: [10.1145/2500499](https://doi.org/10.1145/2500499).
- Dogra, N. (2012). *Representations of Global Poverty: Aid, Development and International NGOs*. London: I.B. Tauris.
- Downs, R. M. (2010). “Popularization and Geography: An Inseparable Relationship”. In: *Annals of the Association of American Geographers* 100.2, p. 444–467. DOI: [10.1080/00045601003638774](https://doi.org/10.1080/00045601003638774).
- Drok, N. (2016). “Perspectief voor publiek en professie: De waarde van civiele journalistiek in het netwerkmodel”. Proefschrift. Radboud Universiteit Nijmegen.
- Entman, R. M. (1993). “Framing: Toward clarification of a fractured paradigm”. In: *Journal of communication* 43.4, p. 51–58.
- Eppler, M. J. en D. Wittig (2000). “Conceptualizing Information Quality: A Review of Information Quality Frameworks from the Last Ten Years.” In: *Proceedings of the 2000 Conference on Information Quality* 20, p. 83–96.
- Favier, T. T. en J. A. van der Schee (2014). “The effects of geography lessons with geospatial technologies on the development of high school students’ relational thinking”. In: *Computers & Education* 76, p. 225–236. DOI: [10.1016/j.compedu.2014.04.004](https://doi.org/10.1016/j.compedu.2014.04.004).
- Francis, G. (2013). “Replication, statistical consistency, and publication bias”. In: *Journal of Mathematical Psychology* 57.5, p. 153–169. DOI: [10.1016/j.jmp.2013.02.00](https://doi.org/10.1016/j.jmp.2013.02.00).

- Friedman, T. L. (2005). *The world is flat: A brief history of the twenty-first century*. New York: Macmillan.
- Garbin, E. en I. Mani (2005). “Disambiguating Toponyms in News”. In: *Proceedings of Human Language Technology Conference and Conference on Empirical Methods in Natural Language Processing (HLT/EMNLP)*, p. 363–370.
- Gigerenzer, G. (2004). “Mindless statistics”. In: *The Journal of Socio-Economics* 33.5, p. 587–606. DOI: [10.1016/j.socec.2004.09.033](https://doi.org/10.1016/j.socec.2004.09.033).
- Gorp, B. van en R. J. F. M. van der Vaart (2016). “Je horizon verbreden? Informatie in reisgidsen over Amsterdam, Londen en Parijs”. In: *Tijdschrift voor Historische Geografie* 1.2, p. 87–96.
- Gregory, D. (2005). “Geographies, publics and politics”. In: *Progress in Human Geography* 29.2, p. 182–189.
- Hanson, S. (2004). “Forum: Where We Have Come From and Where We Are Going”. In: *Annals of the Association of American Geographers* 94.4, p. 715–722.
- Hargreaves, I. (2014). *Journalism: a very short introduction*. Oxford: Oxford University Press.
- Harvey, D. (2005). “The sociological and geographical imaginations”. In: *International Journal of Politics, Culture, and Society* 18.3-4, p. 211–255.
- (2014). *Seventeen contradictions and the end of capitalism*. New York: Oxford University Press.
- Holmes, J. (2016). “Wither Geography? A Response to Finlayson’s Concerns”. In: *Geographical Research* 54.1, p. 103–106. DOI: [10.1111/1745-5871.12154](https://doi.org/10.1111/1745-5871.12154).
- Huysmans, F. J. M. en J. de Haan (2010). *Alle kanalen staan open: De digitalisering van mediagebruik. (Het culturele draagvlak; No. 10)*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Imrie, R. (2004). “Urban Geography, Relevance, and Resistance to the “Policy Turn””. In: *Urban Geography* 25.8, p. 697–708. DOI: [10.2747/0272-3638.25.8.697](https://doi.org/10.2747/0272-3638.25.8.697).

- Janssen, T. (2017). *Het verhaal achter de correspondent: Een onderzoek naar de uitvoering van het werk van de Nederlandse freelance buitenlandcorrespondent*.
- Jurafsky, D. en J. H. Martin (2008). *Speech and Language Processing: An introduction to speech recognition, computational linguistics and natural language processing*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Kussendrager, N. en D. van der Lugt (2017). *Basisboek journalistiek: Achtergronden, genres, vaardigheden*. 4de ed. Groningen/Houten: Wolters-Noordhoff.
- Lieberman, M. D., H. Samet en J. Sankaranarayanan (2010). “Geotagging with local lexicons to build indexes for textually-specified spatial data”. In: *2010 IEEE 26th International Conference on Data Engineering (ICDE 2010)*, p. 201–212. DOI: [10.1109/ICDE.2010.5447903](https://doi.org/10.1109/ICDE.2010.5447903).
- LokaalMondiaal (2014). *Onderzoeksrapport: Buitenlandjournalistiek in de Nederlandse Media*. URL: <https://hetnieuwe.viceversaonline.nl/2014/09/17/buitenlandjournalistiek-in-de-nederlandse-media/> (bezocht op 15-05-2020).
- Loo, H. R. van der, W. L. Reijen en H. P. M. Adriaansens (1993). *Paradoxen van modernisering: een sociaal-wetenschappelijke benadering*. 3de ed. Bussum: Dick Coutinho.
- Martin, G. J. (2005). *All possible worlds: A history of geographical ideas*. 4de ed. New York: Oxford University Press.
- Massey, D. en J. Allen (1989). *Geography matters! A reader*. Cambridge: Press Syndicate of the University of Cambridge.
- McEwan, C. (2008). “Geography, Culture and Global Change”. In: *An Introduction to Human Geography: Issues for the 21st century*. 3de ed. Essex: Pearson Education Limited, p. 273–288.
- Millard, A. R. (1987). *Cartography in the ancient Near East*. Chicago: University of Chicago Press.
- Murphy, A. B. (2006). “Enhancing Geography’s Role in Public Debate*” . In: *Annals of the Association of American Geographers* 96.1, p. 1–13. DOI: [10.1111/j.1467-8306.2006.00495.x](https://doi.org/10.1111/j.1467-8306.2006.00495.x).

- Otto, K. en A. Köhler, red. (2018). *Trust in Media and Journalism: Empirical Perspectives on Ethics, Norms, Impacts and Populism in Europe*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH. DOI: [10.1007/978-3-658-20765-6](https://doi.org/10.1007/978-3-658-20765-6).
- Pasley, R. e.a. (2008). “Mapping geographic coverage of the web”. In: *GIS: Proceedings of the ACM International Symposium on Advances in Geographic Information Systems*, p. 19. DOI: [10.1145/1463434.1463459](https://doi.org/10.1145/1463434.1463459).
- Pater, B. de en H. van der Wusten (1996). *Het geografische huis: de opbouw van een wetenschap*. 2de ed. Bussum: Dick Coutinho.
- Pearson, R. (1992). “Gender matters in development”. In: *Poverty and Development in the 1990s*. Red. door T. Allen en A. Tomas. Oxford: Oxford University Press, p. 383–402.
- Potter, R. B. e.a. (2008). *Geographies of development: An introduction to development studies*. 3de ed. Essex: Pearson Education Limited.
- Ruß-Mohl, S. (1994). “Der I-Faktor”. In: *Qualitätssicherung im amerikanischen Journalismus. Modell für Europa*.
- Sambrook, R. (2010). *Are Foreign Correspondents Redundant? The changing face of international news*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Seo, S. (2016). “Virtual Foreign Bureaus and the New Ecology of International News”. Proefschrift. Columbia University.
- Thrift, N. (2002). “The future of geography”. In: *Geoforum* 33.3, p. 291–298. DOI: [10.1016/S0016-7185\(02\)00019-2](https://doi.org/10.1016/S0016-7185(02)00019-2).
- Vaart, R. J. F. M. van der (1991). *Educatief ontwerpen met geografie: een studie betreffende de structurering van geografische kennis voor educatieve doeleinden*. Utrecht: Elinkwijk b.v.
- Venkateswaran, R., R. Weibel en R. S. Purves (2014). “Exploring and visualizing differences in geographic and linguistic web coverage”. In: *Transactions in GIS* 18.6, p. 852–876. DOI: [10.1111/tgis.12071](https://doi.org/10.1111/tgis.12071).
- Vermaas, K. en F. Janssen (2009). *Het persbureau in perspectief: Rol, functies en kernwaarden van Nederlandse persbureaus*. Diemen: Uitgeverij AMB.

Waterloo, S., A. Wennekers en P. Wiegman (2019). *Media:Tijd 2018*. Amsterdam/Den Haag: NOM, NLO, SKO, PMA en SCP.

Bijlagen

Bijlage A

Stopwoorden

De analyse van de krantenartikelen gebeurt op basis van tellingen van woorden (zie hoofdstuk 4). Bij zo'n telling is het gebruikelijk om de meest voorkomende woorden in een taal niet mee te nemen. Deze zogenaamde 'stopwoorden' zeggen niet zoveel over de inhoud van een tekst juist omdat ze zo gangbaar zijn in een taal. Onderstaande lijst geeft de stopwoorden weer die in dit onderzoek gebruikt zijn. Ze zijn overgenomen van het spaCy model.

1. 't	19. ander	37. binnen	55. der
2. aan	20. andere	38. binnenin	56. des
3. aangaangde	21. anderen	39. boven	57. deze
4. aangezien	22. anders	40. bovenal	58. dezelfde
5. achter	23. anderzijds	41. bovendien	59. dezen
6. achterna	24. behalve	42. bovenstaand	60. die
7. af	25. beide	43. buiten	61. dien
8. afgelopen	26. beiden	44. daar	62. dikwijls
9. al	27. ben	45. daarheen	63. dit
10. aldus	28. beneden	46. daarin	64. doch
11. alhoewel	29. bent	47. daarna	65. doen
12. alle	30. bepaald	48. daarnet	66. doet
13. allebei	31. beter	49. daarom	67. door
14. alleen	32. betere	50. daarop	68. doorgaand
15. allen	33. betreffende	51. dan	69. doorgaans
16. alles	34. bij	52. dat	70. dus
17. als	35. bijna	53. de	71. echter
18. altijd	36. bijvoorbeeld	54. den	72. een

73. eens	111. haar	149. jou	187. mogen
74. eerder	112. had	150. jouw	188. na
75. eerst	113. hadden	151. jouwe	189. naar
76. eerste	114. hare	152. juist	190. nabij
77. eersten	115. heb	153. jullie	191. nadat
78. effe	116. hebben	154. kan	192. net
79. eigen	117. hebt	155. klaar	193. niet
80. elk	118. heeft	156. kon	194. niets
81. elke	119. hele	157. konden	195. nog
82. en	120. hem	158. krachtens	196. nogal
83. enige	121. hen	159. kunnen	197. nooit
84. enkel	122. het	160. kunt	198. nr
85. enkele	123. hier	161. lang	199. nu
86. enz	124. hierbeneden	162. later	200. of
87. er	125. hierboven	163. liet	201. om
88. erdoor	126. hierin	164. liever	202. omdat
89. etc	127. hij	165. maar	203. omhoog
90. even	128. hoe	166. mag	204. omlaag
91. eveneens	129. hoewel	167. me	205. omstreeks
92. evenwel	130. hun	168. mede	206. omtrent
93. ff	131. idd	169. meer	207. omver
94. gauw	132. ieder	170. meesten	208. onder
95. ge	133. iemand	171. men	209. ondertussen
96. gedurende	134. iets	172. met	210. ongeveer
97. geen	135. ik	173. mezelf	211. ons
98. gegeven	136. ikke	174. mij	212. onszelf
99. gehad	137. ikzelf	175. mijn	213. onze
100. geheel	138. in	176. mijzelf	214. ooit
101. gekund	139. indien	177. min	215. ook
102. geleden	140. inmiddels	178. minder	216. op
103. gelijk	141. inz	179. misschien	217. opdat
104. gemogen	142. inzake	180. mocht	218. opnieuw
105. geven	143. is	181. mochten	219. opzij
106. geweest	144. ja	182. moest	220. over
107. gewoon	145. je	183. moesten	221. overigens
108. gewoonweg	146. jezelf	184. moet	222. pas
109. geworden	147. jij	185. moeten	223. pp
110. gij	148. jijzelf	186. mogelijk	224. precies

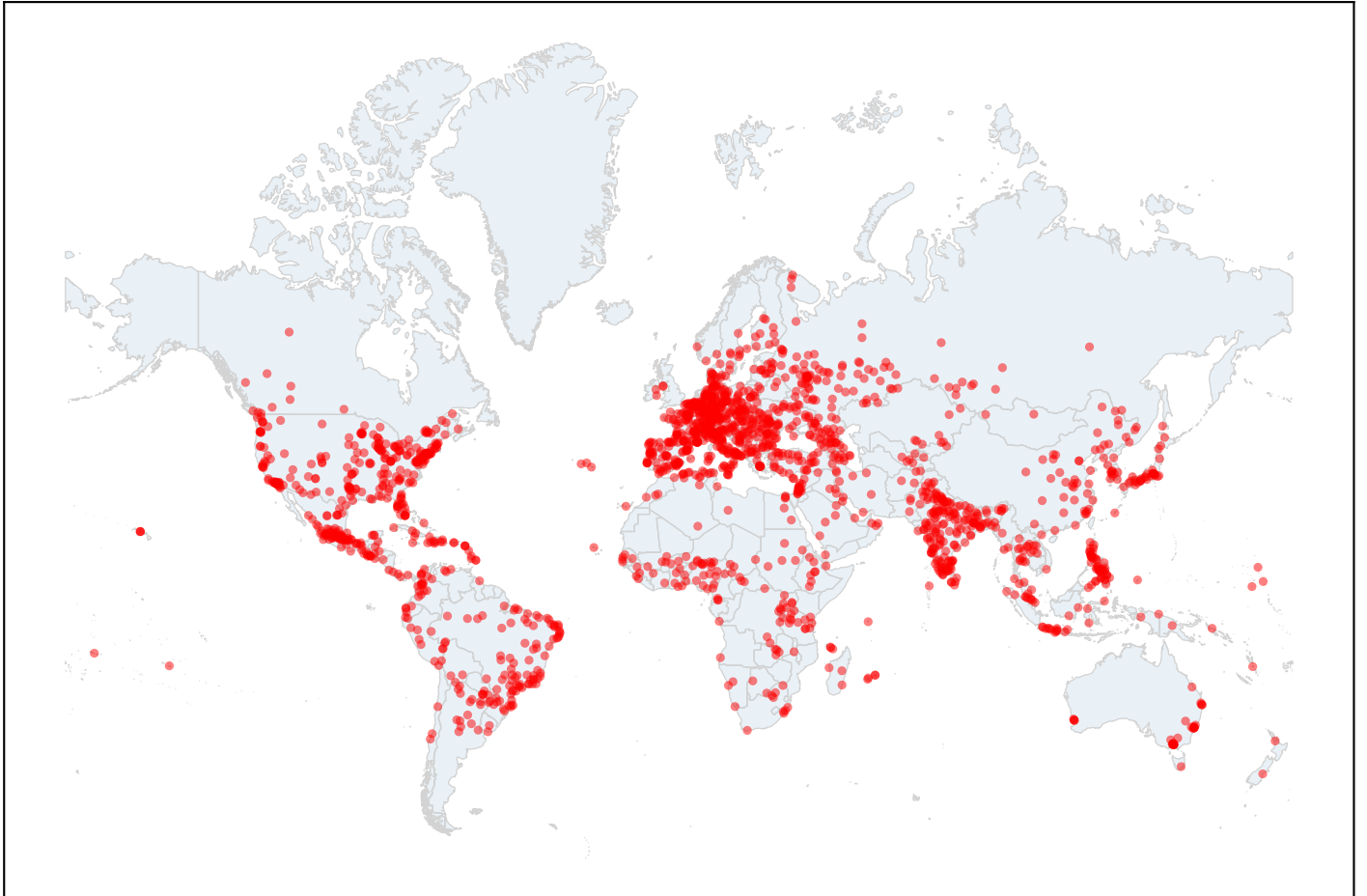
225. prof	255. uw	285. waar	315. ze
226. publ	256. uwe	286. waarom	316. zeer
227. reeds	257. uwen	287. wanneer	317. zei
228. rond	258. vaak	288. want	318. zeker
229. rondom	259. van	289. waren	319. zekere
230. sedert	260. vanaf	290. was	320. zelf
231. sinds	261. vandaan	291. wat	321. zelfde
232. sindsdien	262. vanuit	292. we	322. zelfs
233. slechts	263. vanwege	293. weer	323. zich
234. sommige	264. veel	294. weg	324. zichzelf
235. spoedig	265. veeleer	295. wegens	325. zij
236. steeds	266. verder	296. weinig	326. zijn
237. tamelijk	267. verre	297. weinige	327. zijnde
238. te	268. vervolgens	298. wel	328. zijne
239. tegen	269. vgl	299. weldra	329. zo
240. ten	270. volgens	300. welk	330. zoals
241. tenzij	271. voor	301. welke	331. zodra
242. ter	272. vooraf	302. welken	332. zonder
243. terwijl	273. vooral	303. werd	333. zou
244. thans	274. vooralsnog	304. werden	334. zouden
245. tijdens	275. voorbij	305. wezen	335. zoveel
246. toch	276. voordat	306. wie	336. zowat
247. toe	277. voordien	307. wiens	337. zo'n
248. toen	278. voorheen	308. wier	338. zulk
249. tot	279. voorop	309. wij	339. zulke
250. totdat	280. voort	310. wil	340. zulks
251. tussen	281. voorts	311. wilde	341. zullen
252. u	282. vooruit	312. worden	342. zult
253. uit	283. vrij	313. wordt	
254. uitgezonderd	284. vroeg	314. zal	

Bijlage B

Distributie van plaatsnamen

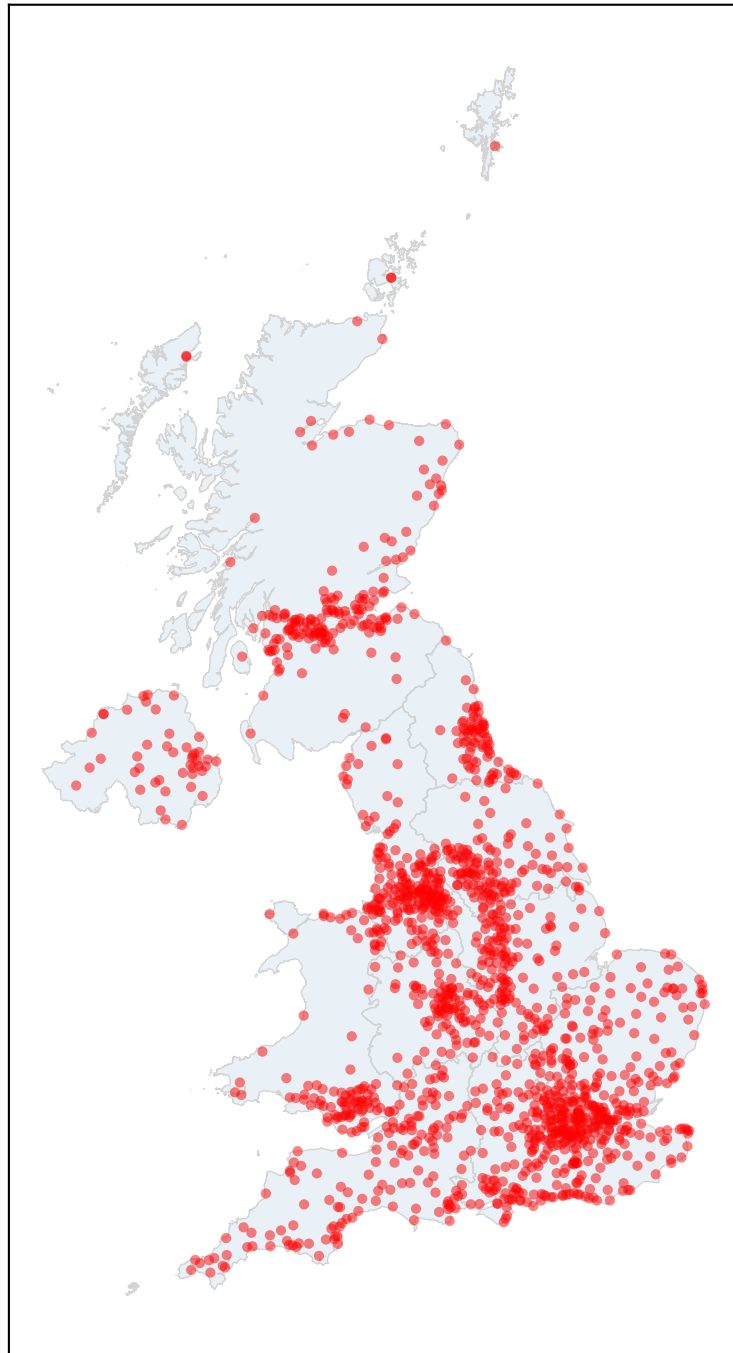
Voor dit onderzoek is voor de toponiementellingen gebruik gemaakt van de [Geonames](#) dataset. In deze bijlage zijn de voor de analyse gebruikte plaatsnamen uit deze dataset in kaart gebracht.

Figuur B.1: Distributie van wereldplaatsen

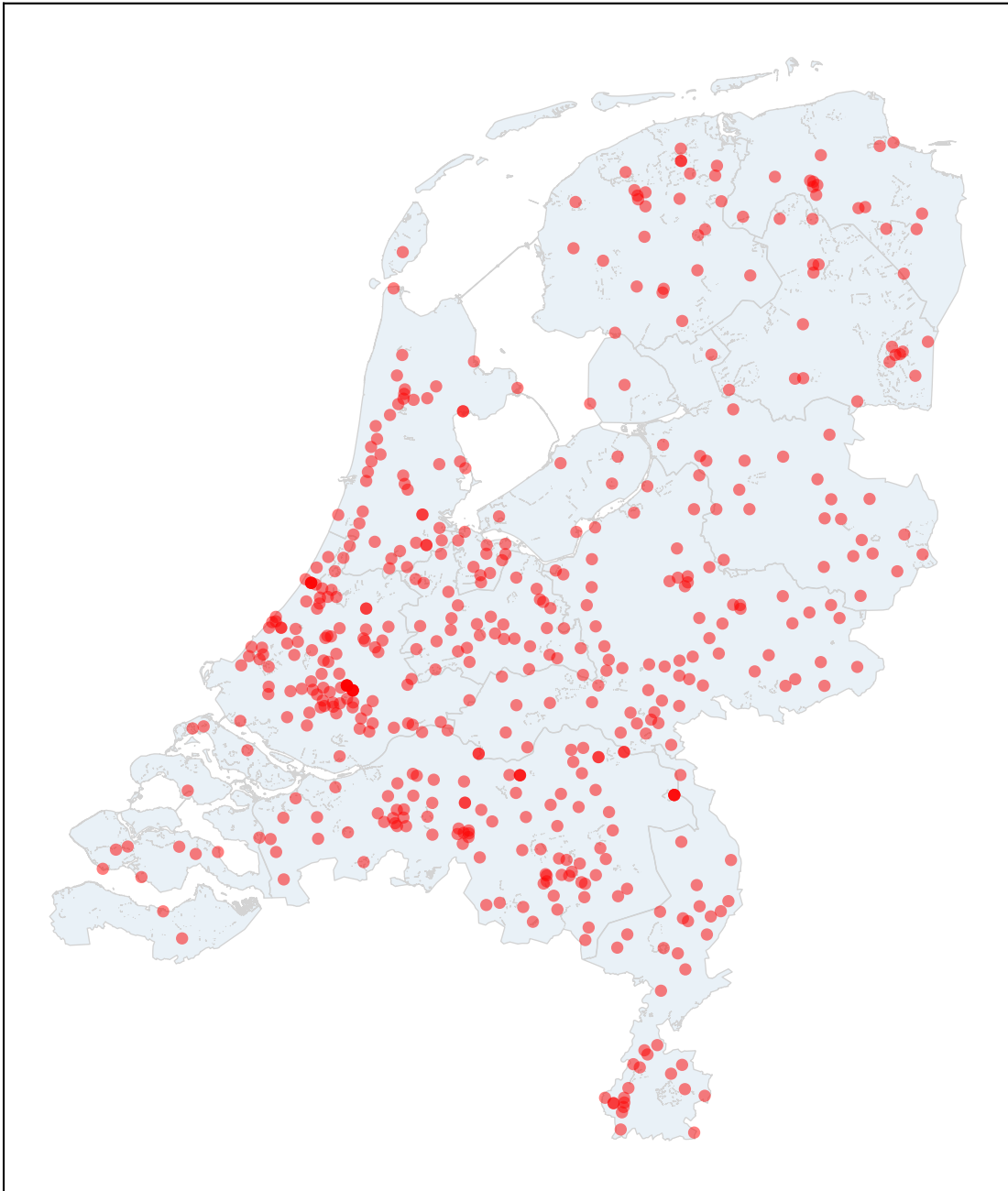


In bovenstaande kaart is een willekeurige steekproef van 2000 plaatsen opgenomen. Een volledige kaart met alle 43.266 is te raadplegen in de [GitHub-repository](#).

Figuur B.2: Distributie van plaatsen in het Verenigd Koninkrijk



Figuur B.3: Distributie van plaatsen in Nederland



Bijlage C

Analyseschema

Onderstaande analyseschema is gebruikt bij de kwalitatieve inhoudsanalyse van de langere artikelen geschreven door de Groot-Brittannië correspondent.

Algemene kenmerken

- Auteur
- Bron
- Aantal woorden
- Katern
- Publicatiedatum
- Titel

Typologie

- Nieuwsverhaal
- Achtergrondverhaal
- Reportage
- Interview
- Verslag

Cartografisch bewustzijn

- Waar vindt het artikel plaats?
- Is deze plaats impliciet of expliciet benoemd?
- Is de journalist ter plaatse?
- Hoe wordt het nieuws in de geografische ruimte geplaatst?
- Wordt de ligging van geografische entiteiten benoemd?
- Is er in de tekst sprake van omschrijvingen/impressies van plaats en ruimte?

Lokale contexten

- In hoeverre beantwoordt het artikel de vraag: *waarom daar?*
- In welke mate wordt er verwezen naar lokale factoren?

Toponiemengebruik

- In hoeverre worden toponiemen gebruikt bij het beschrijven van lokale contexten?
- Op welke andere manieren worden toponiemen gebruikt?

Bijlage D

Lemma clouds

Een *word cloud* geeft een visuele weergave van de inhoud van een tekst. In een *word cloud* zijn de meest voorkomende woorden afgebeeld, waarbij de frequentie van een woord de grootte ervan bepaalt. Onderstaande *word clouds* zijn gemaakt met de vierhonderd meest voorkomende lemma's per krant (zie [paragraaf 4.2.2](#)).

Figuur D.1: Meest voorkomende lemma's in de Volkskrant



Figuur D.2: Meest voorkomende lemma's in Trouw



Figuur D.3: Meest voorkomende lemma's in de Telegraaf



Figuur D.4: Meest voorkomende lemma's in de Leeuwarder Courant



Bijlage E

Bronverwijzingen

In onderstaande tabel zijn alle krantenartikelen opgenomen die in deze scriptie zijn geciteerd.

Id	Bron	Titel	Datum	Katern	Pag.
leeuw_0036	L.C.	Zelfs de boer weet het niet meer	15-02-2017	Regio	24
leeuw_0064	L.C.	Cliffhanger	15-03-2017	In het nieuws	2
leeuw_0098	L.C.	Onafhankelijkheid past Schotland niet	04-04-2017	Algemeen	18
leeuw_0133	L.C.	Europa draait door	17-05-2017	In het nieuws	2
leeuw_0134	L.C.	Stertil mikt op zware hefbrug	18-05-2017	Economie	12
leeuw_0143	L.C.	'Leugenaar' May voelt hete adem van Labour	01-06-2017	In het nieuws	6
leeuw_0173	L.C.	'Nije feemerik ek de modernste'	28-06-2017	Economie	12
leeuw_0185	L.C.	'Paardenfluisteraar' Macron temt Trump	15-07-2017	In het nieuws	6
teleg_0029	Telegraaf	Keiharde koers May	18-01-2017	Buitenland	16
teleg_0037	Telegraaf	Financieel hart van EU	19-01-2017	Financieel	23
teleg_0085	Telegraaf	De rekenmeesters van gebakken lucht	11-02-2017	Reportage	30
teleg_0106	Telegraaf	Carnaval	28-02-2017	Buitenland	19
teleg_0142	Telegraaf	New European houdt vinger aan de Brexit-pols	18-03-2017	Buitenland	19
teleg_0161	Telegraaf	Verdeeld op pad	30-03-2017	Buitenland	18
teleg_0173	Telegraaf	'Oorlog' om Brexit	03-04-2017	Buitenland	12
teleg_0184	Telegraaf	Verdwijntruc van Tommy Cooper	15-04-2017	Lifestyle	25
teleg_0208	Telegraaf	Hard tegen hard	04-05-2017	Buitenland	16
teleg_0259	Telegraaf	May schiet zichzelf in voet	10-06-2017	Buitenland	16
teleg_0317	Telegraaf	Een zwaar jaar voor Theresa May	13-07-2017	Buitenland	19
teleg_0323	Telegraaf	Chaos rond Brexit	18-07-2017	Buitenland	14
teleg_0471	Telegraaf	DNB trekt teugels aan	15-11-2017	Financieel	21
teleg_0477	Telegraaf	EU stemt over Brexit-buit	20-11-2017	Binnenland	11
teleg_0503	Telegraaf	Veto tegen Brexit	05-12-2017	Buitenland	18

Gaat verder op volgende pagina

Id	Bron	Titel	Datum	Katern	Pag.
trouw_0035	Trouw	Als een reisverslaggever trok ik door Londen	21-01-2017	Letter en geest	10
trouw_0118	Trouw	Export naar V.K. levert (nu nog) 21 miljard op	08-03-2017	Economie	18
trouw_0156	Trouw	De drie Brexiteers: niet langer zeurend op de ...	28-03-2017	De Verdieping	4
trouw_0183	Trouw	Rots als ruilmiddel werd gekoesterd Brits bezit	07-04-2017	De verdieping	5
trouw_0187	Trouw	Internet nekt de mysterieuze rabbijn	08-04-2017	Letter en geest	15
trouw_0197	Trouw	Amsterdam kandidaat EU-medicijnenagentschap	21-04-2017	Vandaag	9
trouw_0203	Trouw	Labour en de lastige stembusgang	27-04-2017	De Verdieping	4
trouw_0250	Trouw	Britten woest over lek VS	26-05-2017	Vandaag	4
trouw_0260	Trouw	In wit Whitby	01-06-2017	De verdieping	20
trouw_0261	Trouw	Het merk May is besmet geraakt	03-06-2017	Buitenland	15
trouw_0270	Trouw	Corbyn's Labour doet opeens weer mee	08-06-2017	De Verdieping	2
trouw_0274	Trouw	Joods Porto leeft op na inktzwart verleden	08-06-2017	De verdieping	6
trouw_0298	Trouw	Brexit kan haast niet chaotischer beginnen	19-06-2017	Vandaag	6
trouw_0307	Trouw	Londense City begint de Brexit nu echt te voelen	26-06-2017	Economie	12
trouw_0421	Trouw	De kracht van het alledaagse	25-10-2017	De Verdieping	2
trouw_0464	Trouw	Grenscontroles breekpunt Ierland	04-12-2017	Vandaag	5
trouw_0477	Trouw	Volgende brexit-stap kan gezet	09-12-2017	Opinie	26
volks_0010	Volkskrant	Voor de Neder-Somalier lijkt Britse droom voorbij	07-01-2017	Ten eerste	14
volks_0044	Volkskrant	May ziet voor Britten het beste van alle werel...	18-01-2017	Ten Eerste	4
volks_0072	Volkskrant	De volgende crisis voor de EU: Trump	03-02-2017	Ten eerste	6
volks_0116	Volkskrant	Opnieuw is er akelige spanning in Noord-Ierland	03-03-2017	Ten eerste	12
trouw_0157	Trouw	Als het moet, vindt Londen een vechtscheiding ...	29-03-2017	Vandaag	4
volks_0160	Volkskrant	Een auto en een mes, nu bij Westminister	23-03-2017	Ten Eerste	2

Gaat verder op volgende pagina

Id	Bron	Titel	Datum	Katern	Pag.
volks_0173	Volkskrant	Bostons schreeuw om aandacht is gehoord	29-03-2017	Ten Eerste	10
volks_0185	Volkskrant	Brits zijn is iets breekbaars	01-04-2017	Vonk	2
volks_0239	Volkskrant	Hoe de Britse kosmopoliet zijn hand overspeelde	06-05-2017	Opinie Zaterdag	6
volks_0270	Volkskrant	Vruchtbare grond voor Conservatieven van May	31-05-2017	Ten Eerste	7
volks_0272	Volkskrant	'Shock poll' voorspelt verlies May	01-06-2017	Ten Eerste	3
volks_0294	Volkskrant	In de coulissen klinkt het slijpen van de messen	10-06-2017	Ten eerste	2
volks_0309	Volkskrant	Stem tegen May uit protest tegen Brexit-beleid	12-06-2017	Ten eerste	4
volks_0324	Volkskrant	Manifest voor een ongekend avontuur	17-06-2017	Sir edmund	16
volks_0405	Volkskrant	Onderhandelingen Brexit verdelen Conservatieven	08-08-2017	Ten eerste	6
volks_0430	Volkskrant	Hoe Diana langzaam verbleekt	31-08-2017	Ten Eerste	21
volks_0454	Volkskrant	Klem tussen twee kampen	22-09-2017	Ten Eerste	11
volks_0473	Volkskrant	Dromen van een Brits wereldwonder	05-10-2017	Ten eerste	6
volks_0536	Volkskrant	Brusselse variant op Expeditie Robinson	20-11-2017	Ten eerste	14
volks_0550	Volkskrant	EU en Britten botsen over Noord-Ierland	29-11-2017	Ten eerste	16