

Let op: de antwoorden op de kennisvragen zijn één op één uit het boek te halen en worden daarom hier niet van een antwoord voorzien. De verdiepingsvragen moeten vooral aanleiding tot discussie zijn; doorgaans is er niet één goed antwoord. We stippen hieronder bij de verdiepingsvragen daarom vooral onderwerpen aan die besproken kunnen worden bij de behandeling van die vragen.

1.5 Opdrachten

Kennisvragen

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

Verdiepingsvragen

1. Volgens Tuchman Tuchman, G. (1978). *Making news: A study in the construction of reality*. New York: Mac-Millan gaat hard nieuws over belangrijke zaken en zacht nieuws over interessante zaken. Wie denk je dat bepaalt wat belangrijk of interessant is? Leg je antwoord uit.
→ Een ingewikkelde vraag die doelt op de dynamiek van het maken van nieuws. Veel studenten zullen journalisten noemen, maar dat is te eenvoudig. Journalisten maken deel uit van een proces waarin politici, 'opiniemakers' of onderzoekers bepaalde zaken voor het voetlicht brengen. Nieuwswaarden maken dat sommige dingen het nieuws halen en andere niet. Maatschappelijke organisaties "maken" nieuws in de vorm van persberichten, van bijeenkomsten speciaal bedoeld voor media-aandacht (media-events). Afhankelijk van hun rolopvatting gaan journalisten achter het nieuws aan, of wachten ze op de redactie tot het nieuws zich aandient.
2. Er wordt wel eens gezegd dat journalistiek 'the view from nowhere' weergeeft. Wat wordt daaronder verstaan, denk je?
→ Journalistiek onderscheidt doorgaans drie vertelperspectieven. Hard nieuws vertelt op een zo feitelijk en onpartijdig mogelijke wijze welke informatie nieuwswaardig is ('Gifaanval in Syrië maakt slachtoffers'). De verteller kiest geen partij ('the view from nowhere'), besteedt subjectieve uitspraken uit aan nieuwsbronnen ('volgens de woordvoerder...') en belicht beide kanten van een verhaal. Woord, wederwoord. In het jargon heet dit eerste en meest bekende vertelperspectief 'reporter voice'. Een tweede vertelperspectief verweeft subjectieve elementen in een meer opiniërend feitenrelaas ('Assad daagt de internationale gemeenschap uit'). We noemen dit perspectief 'correspondent voice' (ofwel 'the view from there'). Tot slot is er de 'commentator voice' ('the view from here'). Denken we aan editorialem en commentaarstukken bij grote nieuwsverhalen.

Hier gaat het niet zozeer om de feiten, maar wel wat die feiten waard zijn. En dus nemen journalisten expliciet stelling in.

3. Journalism studies maakt gebruik van aanpalende wetenschapsgebieden. Leg uit waarom journalism studies dat doet.

→ Het is een jong onderzoeksgebied dat nog niet veel eigen theorie heeft en daarom teruggrijpt op theorie uit andere gebieden. Die theoretische versnippering kan overigens wel als een probleem gezien worden. Bovendien is journalistiek een onderwerp dat in veel onderzoeksdisciplines (al dan niet expliciet) aandacht geniet, zoals toegepaste taalkunde, antropologie, communicatiewetenschappen en geschiedenis.

4. Zou je journalism studies kenmerken als een fundamentele of als een toegepaste wetenschap? Motiveer je antwoord.

→ Beide. Journalism studies ontwikkelt zowel theoretische als praktische concepten. Bovendien besteedt Journalism Studies ook aandacht aan onderwijs en ontwikkeling. .

5. Wie kunnen profijt hebben van inzichten uit journalism studies?

→ Het is goed er hier op te wijzen dat er een gat bestaat tussen de journalistieke praktijk en de onderzoekers die zich bezighouden met journalism studies. Heel anders bijv dan in de medische wereld, waar een dokter het zich niet kan permitteren te zeggen dat hij niks moet hebben of niks weet van wat ze aan een universiteit allemaal bedenken over journalistiek. Hoe dat gat ontstaan is? Journalism studies is vaak kritisch op de journalistieke praktijk. En - eerlijk is eerlijk - het levert niet louter praktisch toepasbare inzichten op.

2.5 Opdrachten

Kennisvragen

1. Technieken die bevragen, bevragen altijd mensen. Noem daar voordelen en nadelen van.
2. Noem minstens vier verschillen tussen focusgroepen en surveys.
3. Waar slaat het woord 'focus' in focusgroep op?
4. Wat moet je als gespreksleider van een focusgroep vooral niet doen? Waarom niet?
5. Welke typen groepen kun je samenstellen?

Verdiepingsvragen

1. Leg uit waarom interactie zo belangrijk is bij focusgroepen.
→ Interactie is de essentie van focusgroepen. Anders kun je net zo goed interviews houden. Juist de groepsdynamiek genereert - naar je hoopt - nieuwe kennis doordat deelnemers elkaar activeren en op ideeën brengen.
2. Bedenk drie verschillende onderzoeksvragen voor een focusgroepsonderzoek. De eerste voor een groep experts, de tweede voor een groep nieuwsconsumenten en de derde voor een groep nieuwsproducenten.
→ Check bij de antwoorden op deze vragen of de vragen echt geschikt zijn voor deze vorm van onderzoek. Iedere gesloten vraag is dat bijvoorbeeld niet. Let ook op dat studenten vaak de neiging

hebben om zonder vertaling direct theoretische concepten te bevragen. Check ook of de groepsleden redelijkerwijs geacht kunnen worden over de gevraagde kennis te beschikken.

3. Het object van focusgroepsonderzoek is volgens dit boek 'de (sub)culturele receptie van journalistiek'. Wat wordt daar precies mee bedoeld?
→ Het gaat bij focusgroepen niet om abstracte kennis, maar wel om hoe mediagebruikers betekenis toekennen aan mediagebruik en -inhouden. De socioculturele context waarin dat gebeurt is van belang.
4. De derde subparagraaf in paragraaf 2.3.1 heeft het kopje 'Bepaal het steekproefkader'. Leg uit waarom steekproef eigenlijk een verkeerd woord is in dit hoofdstuk.
→ Het hoort bij kwantitatief onderzoek. En kwalitatief onderzoek is niet bedoeld om een statistisch representatief antwoord te geven, maar eerder een betekenisvol en rijk antwoord.
5. De resultaten van een focusgroep kun je op twee manieren analyseren (paragraaf 2.3.3). Bedenk twee onderzoeksvragen die elk passen bij een van die manieren van analyseren.
→ Een onderzoeksvraag voor een thematische analyse: 'Hoe ervaren jongeren met een migratieachtergrond de betrouwbaarheid van nieuwsberichten over jongeren?' Voor een interactionele analyse: 'Hoe slagen gespreksleiders erin om stille deelnemers te betrekken bij focusgroepen over jongeren en nieuws?'.

3.5 Opdrachten

Kennisvragen

1. Geef voorbeelden van variabelen in een survey.
2. Waarom meet een survey meningen en geen feiten?
3. Noem nadelen van online survey tegenover de face-to-face survey.
4. Wat wordt bedoeld met het onderzoeksdomein van een survey?
5. Wanneer is non-respons een probleem?

Verdiepingsvragen

1. Kijk in de elektronische bibliotheek van je opleiding en zoek ten minste twee onderzoeken afkomstig uit *peer reviewed* tijdschriften die gebaseerd zijn op surveys. Geef een korte beschrijving in 200-300 woorden per onderzoek op de manier zoals dat in het vorenstaande is gedaan.
→ Bij de behandeling van deze vraag kun je proberen het onderzoek zo veel mogelijk in een traditie te plaatsen. Waar komt het vandaan? Wat is de zin van de onderzoeksvraag? Had het ook anders gekund?
2. Bedenk zelf drie onderzoeksvragen op het gebied van journalism studies die jij zou willen onderzoeken met een survey.
→ Check of het echt om kwantitatief te beantwoorden vragen gaat en ga vervolgens in op de vraag of zoiets überhaupt te onderzoeken is.

3. Zoek op internet een tool om de steekproefgrootte te berekenen. Vul tabel A in. Houd populatiegrootte 2000 aan en een verwachte spreiding van 50%/50%. Wat valt je op aan de antwoorden? Zie bijvoorbeeld: <http://www.steekproefcalculator.com/steekproefcalculator.htm>.
Wat opvalt is dat hoe groter de toegestane foutmarge, hoe kleiner de noodzakelijke steekproef. Een lager betrouwbaarheidsniveau levert altijd een kleinere noodzakelijk steekproef op.

Tabel A

Foutmarge	Betrouwbaarheidsniveau	Steekproefgrootte
1%	95	1656
1%	99	1785
5%	95	323
5%	99	499
10%	95	92
10%	99	154
15%	95	42
15%	99	72

4. Zoek op internet een survey en geef onderbouwde kritiek bij ten minste drie van de daar gestelde vragen.

→ De paragrafen in het hoofdstuk kunnen als structuur voor de kritiek dienen.

5. Lees het artikel van Albæk, Van Dalen en De Vreese en leg uit hoe zij cynisme operationaliseren.

→ Bedoeld is hier Van Dalen, A., Albaek, E., & de Vreese, C. (2011). Suspicious minds: Explaining political cynicism among political journalists in Europe. *European Journal of Communication*, 26(2), 147-162. Lees door tot bladzijde 155, daar vind je: "To measure our dependent variable 'political cynicism', we used a four-item scale used by Brants et al. (2010), which is based on a political cynicism scale used in several election studies. Respondents indicated on a five-point scale to which degree they agreed with the following statements: Politicians promise more than they can deliver; It is easier to become a member of parliament thanks to political friends than because of competence; Ministers are mainly focused on their own interests; Politicians do not understand what is happening in society (overall scale $\alpha = .70$)."

4.5 Opdrachten

Kennisvragen

1. Etnografie is zowel een product als een proces. Leg uit wat daarmee bedoeld wordt.
2. Als etnografie een methodologie is, wat is dan onderscheidend aan haar methode?
3. Som twee overeenkomsten en twee verschillen op tussen etnografie en journalistiek.
4. Welke rol spelen kwantitatieve gegevens in etnografisch onderzoek?
5. Verklaar waarom etnografie prijs stelt op voortdurende reflectie.

Verdiepingsvragen

1. Als een buitenlandcorrespondent live ooggetuigenverslag doet van een volksofstand zoals in Egypte of Syrië, vervult hij dan de rol van 'complete participant', 'complete observer', 'observer as participant' of 'participant as observer'? Motiveer je antwoord.
→ Niet alleen het onderbrengen in een van de categorieën is hier belangrijk, maar ook de motivatie: waarom vind je dat? Zit er ook een normatieve component in de wijze waarop studenten naar deze rol opvattingen kijken?
2. Uit een recente studie blijkt dat de digitalisering van het medialandschap een merkwaardige paradox heeft veroorzaakt. We hebben toegang tot steeds meer informatie, maar die informatie lijkt steeds meer op elkaar. Het nieuwsaanbod homogeniseert. Hoe kun je die claim onderzoeken met etnografie als zelfstandig onderzoeksinstrument?
→ Hoe journalisten technologie gebruiken om nieuws te produceren kun je observeren door op nieuwsredacties al dan niet met behulp van software mee te kijken. Die observaties stellen je vervolgens in staat om uitspraken te doen over nieuwsreproductie, imitatie en homogenisering. Maken journalisten meer eigen nieuws of imiteren ze elkaar steeds meer?
3. Formuleer een algemene onderzoeksvraag en twee deelvragen bij vraag 2.
→ Hoe maken journalisten nieuws van internetbronnen? Deelvragen: Welke nieuwsbronnen worden het meest gebruikt? Welke informatie nemen journalisten precies over en hoe controleren ze die informatie?
4. Welke methoden kunnen je in staat stellen om die onderzoeksvraag te beantwoorden?
→ Een combinatie van participerende observatie, schermopnames, interviews en inhoudsanalyses
5. Hoe zou je daarbij het principe van analysetriangulatie gebruiken?
→ Je zou de schermopnames kunnen gebruiken tijdens interviews met de journalisten in kwestie om te achterhalen waarom ze bepaalde keuzes hebben gemaakt. Observaties zou je vervolgens kunnen trianguleren met inhoudsanalyses van nieuwsberichten.

5.5 Opdrachten

Kennisvragen

1. Wat is bij experimenteel mediaonderzoek doorgaans de onafhankelijke variabele?
2. Wat zijn boodschapvariabelen? Geef voorbeelden.
3. Geef een voorbeeld van een afgeleide variabele. Waar is die van afgeleid?
4. Wat zijn plafondeffecten? Waarom zijn ze ernstig?
5. Bij welk type onderzoeksvraag heb je alleen beschrijvende statistiek nodig?

Verdiepingsvragen

1. In dit hoofdstuk staat dat media-effectonderzoek niet per se een experiment is. Hoe kun je dan nog meer media-effectonderzoek doen? Geef een concreet voorbeeld.
→ Met Surveys, waarbij vooraf of achteraf respondenten over bepaalde condities verdeeld worden. We noemen dat ook wel een quasi-experiment
2. Kies een van de drie voorbeeldonderzoeken uit paragraaf 5.4, lees die en geef aan op welk schaaltype de onderzoekers volgens jou hun variabelen gemeten hebben (nominaal, ordinaal, interval of ratio).
→ Een goede uitleg van de schalen is ook te vinden in Wikipedia of op wetenschapsinfo.nu of op <https://onderzoekstool.nl/kennis/meetniveaus-van-enquete-vragen>.
3. Er zijn allerlei factoren die validiteit van een onderzoek kunnen bedreigen. Kies een van de genoemde voorbeeldonderzoeken uit het boek en geef aan op welke manier validiteit mogelijk bedreigd wordt.
→ Let op: studenten vertonen de neiging om na zo'n vraag alles op te noemen wat er mogelijk niet deugt aan een onderzoek. Het gaat hier echter specifiek om validiteitskwesaties, d.w.z. vragen die betrekking hebben op de vraag of wel werkelijk (alleen) de onderzoeksvariabele gemeten wordt.
4. We willen een onderzoek doen naar de invloed van nieuwsfoto's op het onthouden van nieuws. Werk schematisch een onderzoeksopzet uit. Geef aan wat de afhankelijke en de onafhankelijke variabele is en op welk type schaal je de resultaten meet.
5. Lees het artikel van Hinnant, Oh, Caburnay en Kreuter. Wat is bij hen de afhankelijke en de onafhankelijke variabele?
→ Het betreft hier het onderzoek Hinnant, A., Oh, H. J., Caburnay, C. A., & Kreuter, M. W. (2011). What makes African American health disparities newsworthy? An experiment among journalists about story framing. *Health education research*, 26(6), 937-947. Zij onderzoeken hoe gezondheidsjournalisten de nieuwswaarde beoordelen van verhalen die rassenspecifieke gezondheidsinformatie rapporteren door ongelijkheden versus vooruitgang te benadrukken en (ii) ze bepalen of deze oordelen kunnen worden veranderd door journalisten te informeren over publieksreacties op ongelijkheid versus "voortgangskaders". In een dubbelblind gerandomiseerd experiment lezen 175 gezondheidsjournalisten een discrepantie- of voortgangskaderverhaal over darmkanker, voorafgegaan door een informatie over publiekseffecten van dergelijke framing of niet-gerelateerde (dat wil zeggen controle) informatie-stimuli. Afhankelijke variabele is het oordeel van journalisten; onafhankelijke is wel of geen informatie vooraf.

6.5 Opdrachten

Kennisvragen

1. Als kwantitatieve data cijfers zijn, wat zijn kwalitatieve data dan?
2. Leg uit wat axiaal coderen is.
3. Wat doet een onderzoeker om een kwalitatieve inhoudsanalyse zo betrouwbaar mogelijk te maken?
4. Wat doet een onderzoeker om een kwalitatieve inhoudsanalyse zo valide mogelijk te maken?
5. Geef een voorbeeld van een coderingseenheid.

Verdiepingsvragen

1. Bedenk zelf drie onderzoeksvragen voor een kwalitatieve framinganalyse. Geef aan welk mediamateriaal bij uitstek geschikt is.
2. Deze opdracht moet je met zijn tweeën doen. Kijk naar de framingmatrix uit paragraaf 6.2. Bedenk zelf een actueel sociaal probleem waarover veel geschreven is in de media. Lees daar minstens vijf gedegen opinieartikelen over. Je kompaan doet onafhankelijk van jou hetzelfde. Vul nu, voor zover je kunt, de matrix in voor dat sociale probleem. Overleg met je kompaan en vul de matrix aan. Je hebt nu een heel klein framingonderzoek gedaan.
3. In paragraaf 6.3.5 is sprake van de resultaten van kwalitatieve inhoudsanalyse. Zoek in de elektronische bibliotheek drie voorbeelden van kwalitatieve inhoudsanalyse (anders dan hier in het boek genoemd worden!) en geef kort aan wat de resultaten zijn van dat onderzoek.
4. Aan het eind van paragraaf 6.3 staat dat kwalitatieve inhoudsanalyse niks zegt over hoe gewone mensen tegen media-inhoud aankijken. Wat heb je dan aan de resultaten van dat soort onderzoek?
→ Deze vraag gaat in feite over een misvatting of verkeerde redenering. De redenering die achter de vraag zit, is dat resultaten van onderzoek naar de perceptie van media-inhoud alleen waardevol zouden kunnen zijn als ze iets zeggen over “gewone mensen”. Het probleem met die redenering is dat het doelpubliek van “gewone mensen” niet bestaat. Of technischer gezegd: niet op een zinnige manier kan bepaald worden.

7.5 Opdrachten

Kennisvragen

1. Noem ten minste twee beperkingen van kwantitatieve inhoudsanalyse.
2. Waarom is het percentage overeenkomst tussen de scores bij twee beoordelaars geen goede maat voor de betrouwbaarheid?
3. Bedenk zelf een onderwerp voor een inhoudsanalyse. Geef de vraag die hoort bij de kwalitatieve variant en geef een onderzoeksvraag die hoort bij een kwantitatieve variant.
4. Op welke twee manieren kun je onbetrouwbare variabelen betrouwbaar (der) maken?
5. Een paragraaftitel is ‘Leg je operationalisatie vast in een codeboek’. Geef twee voorbeelden van een variabele en de daarbij behorende operationalisatie.

Verdiepingsvragen

1. Er staat in dit hoofdstuk dat het soms nodig kan zijn codeurs te trainen. In hoeverre heeft dat invloed op de validiteit van je meting?

- Dat is moeilijk te zeggen. Training van codeurs is vooral bedoeld om de betrouwbaarheid te vergroten: je wilt immers dat verschillende codeurs eenzelfde onderzoeksobject identiek labelen. Maar de aard van de training kan de validiteit ernstig beïnvloeden doordat hetgeen gelabeld of geteld wordt geen of weinig relatie meer heeft met de te meten concepten. Wie in een onderzoek naar de framing van cannabisgebruik in de media leert om alleen aan te slaan op het woord marihuana, mist veel.
2. Lees het volgende artikel van Scholten en Ruigrok: 'Bronnen in het nieuws: een onderzoek naar ANP-berichten in nieuws en achtergrondinformatie in Nederlandse dagbladen 2006-2008'. Het is te vinden op <http://www.mediamonitor.nl/gastauteurs/otto-scholten-en-nel-ruigrok-2009/>. Maak met een medestudent het codeboek dat bij dit onderzoek hoort voor de variabele 'herkomst van het nieuws' en de variabele 'soort nieuws'. Maak een databestand aan en scoor apart van elkaar twintig krantenartikelen uit twee verschillende kranten, tien uit de ene en tien uit de andere. Bespreek dit met elkaar en vergelijk.
 3. Zoek in Blackwells *International Encyclopedia of Communication* (via de e-bibliotheek van je opleiding) het lemma 'Quantitative Content Analysis' op. Dat is geschreven door Bertram Scheufele.
 - a. Maak een schema met links een kolom kwantitatieve inhoudsanalyse en rechts een kolom kwalitatieve inhoudsanalyse. Vul beide kolommen in met kenmerken.
 - b. Maak een schema waarin je de vier standaards voor kwantitatieve inhoudsanalyse weergeeft.
 4. Er wordt vaak gezegd dat de kwantitatieve analyse van tekst relatief gemakkelijker is dan die van beeld. Kun je redenen bedenken waarom dat zo zou zijn?
Beeld zou multi-interpretabeler zijn dan tekst; de betekenis van beeld zou onduidelijker zijn.
 5. In paragraaf 7.1 staat dat kwantitatieve inhoudsanalyse betekenis toekent aan herhaling. Het is immers niet bij voorbaat duidelijk wat die herhaling zegt over het belang of de betekenis. Kun je een voorbeeld geven van een verschijnsel waarbinnen herhaling wel betekenis heeft en een voorbeeld van een verschijnsel waar herhaling geen enkele betekenis heeft?
→ Basisaanname is dat hoe vaker iets voorkomt in nieuwsmedia, hoe belangrijker iets is. Uit de geschiedenis weten we dat er soms zaken zijn die over het hoofd worden gezien of maar een enkele keer in het nieuws staan terwijl ze later van enorme betekenis blijken. Andersom zijn er mediahypes die roemloos ten onder gaan en later volkomen onbelangrijk blijken te zijn.