

De Rol van de Lokale Media: Smallingerland

De Regio Vecht Terug

25 april 2018

Een onderzoek van:

SVDJ

STIMULERINGSFONDS
VOOR DE JOURNALISTIEK

In samenwerking met:

LJS
Media Research

VU 

Windesheim 

Inhoudsopgave

Introductie	3
Samenvatting	3
De kiezer en de thema's die zij belangrijk vinden	4
De belangrijkste thema's volgens de kiezer	4
Mediagebruik door de kiezers	5
Media gebruik in aanloop naar de verkiezingen	6
De kiezer en de verkiezingsprojecten	7
Thema's in het nieuws	8
Thema's in het landelijke nieuws vergeleken met de gemeenten	8
Thema's in de regionale en lokale media	9
Partijen in het nieuws	10
Stemgedrag van de kiezers	11
Stemkeuze en belang van issues	12
Facebookgebruik door politieke partijen	13
Facebookgebruik door lokale media	13

Introductie

In dit document zetten we een aantal analyses op een rij die specifiek voor deze gemeente gelden. We beginnen met de kiezers per gemeente en kijken naar de mate waarin deze verschillen ten opzichte van de andere gemeenten. Ook kijken we naar de thema's die men belangrijk vond tijdens de campagne en in hoeverre inwoners van Smallingerland vinden dat bepaalde politieke partijen het beste zorg kunnen dragen voor deze thema's. Vervolgens kijken we naar het mediagebruik in de gemeente en bekijken we het aanbod van de media. Hierbij gaat het om de aandacht die de thema's en de politieke partijen in het nieuws kregen. We sluiten af met een overzicht van de mate waarin zowel de politieke partijen als de media in de gemeente gebruik hebben gemaakt van Facebook.

Samenvatting

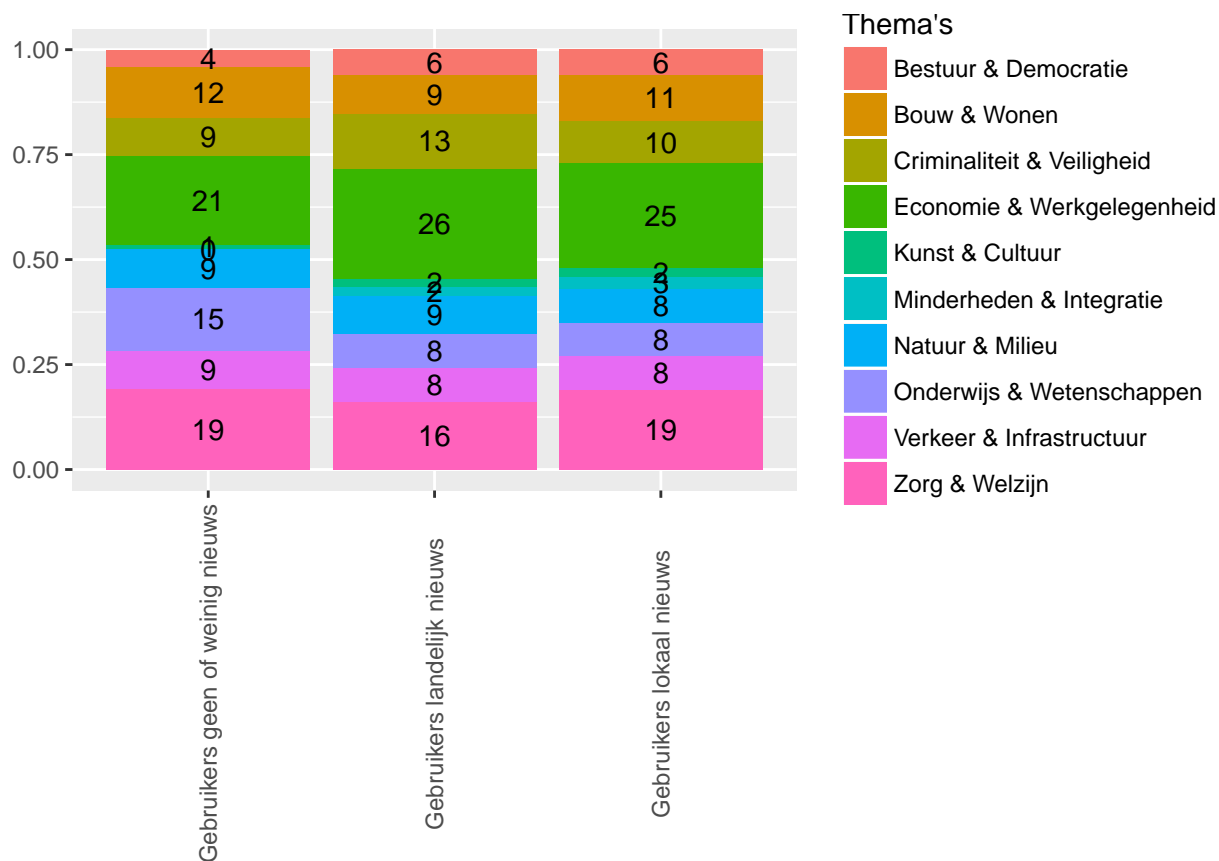
- De kiezers in Smallingerland zijn sterk betrokken bij de gemeente en meer geïnteresseerd in politiek dan in de andere gemeenten.
- Burgers in Smallingerland gebruiken de lokale media om zich te informeren over de gemeenteraadsverkiezingen. Waar de NOS leidend is voor nieuwsgebruik in het algemeen, is de Drachtster Courant de eerste keuze als het gaat om nieuws over de verkiezingen.
- Regionale en lokale media van Smallingerland besteedden relatief heel weinig aandacht aan de grote winnaar van de verkiezingen, de Eerste Lokale Partij (ELP).
- Het belangrijkste thema voor de kiezers in Smallingerland, de koopzondag, krijgt in de media wel enige aandacht, maar Bestuur & Democratie, Criminaliteit & Veiligheid en Verkeer & Infrastructuur zijn dominant aanwezig in het nieuws.
- De Eerste Lokale Partij wordt door de kiezers gezien als de partij die het beste zorg kan dragen voor een groot aantal thema's, waaronder het belangrijkste thema, de koopzondag.
- Facebook speelde een bescheiden rol in de campagne. Opvallend is wel de populariteit van Omrop Fryslân op Facebook.

De Kiezer en de thema's die zij belangrijk vinden

In verhouding tot andere onderzochte gemeenten, telt Smallingerland veel mensen van middelbare leeftijd en ouderen. Van de ondervraagden is 50 procent hoogopgeleid, 30 procent middelbaar en 20 laag. Gemiddeld genomen is het opleidingsniveau iets lager dan in de overige gemeenten. Wel zijn inwoners van Smallingerland meer betrokken bij hun gemeente en meer geïnteresseerd in de politiek, iets wat terug te zien is in het hoge opkomstpercentage.

De belangrijkste thema's volgens de kiezer

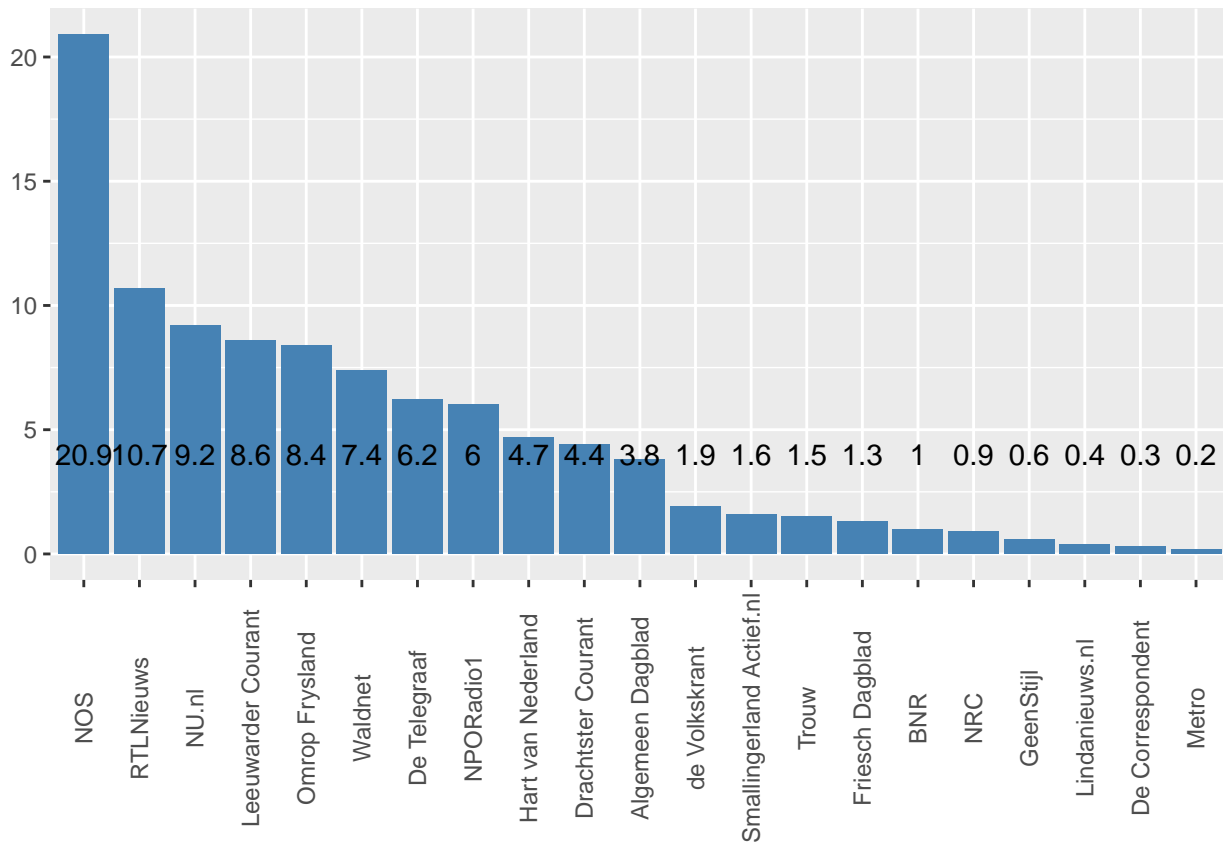
De koopzondag, vallend onder Economie & Werkgelegenheid, is het belangrijkste lokale thema voor de kiezers in Smallingerland. 25 procent van de deelnemers aan dit onderzoek noemt dit onderwerp bepalend voor hun keuze. Voor mensen die weinig tot geen nieuws lezen is dit thema van minder groot belang. Zij maken zich eerder druk om het thema Onderwijs & Wetenschap. Kiezers die ook lokaal nieuws gebruiken om zich te informeren wijken niet sterk af van de kiezers die alleen landelijk nieuws gebruiken. Zij vinden Zorg & Welzijn iets belangrijker en maken zich juist minder druk om Criminaliteit & Veiligheid.



Mediagebruik door de kiezers

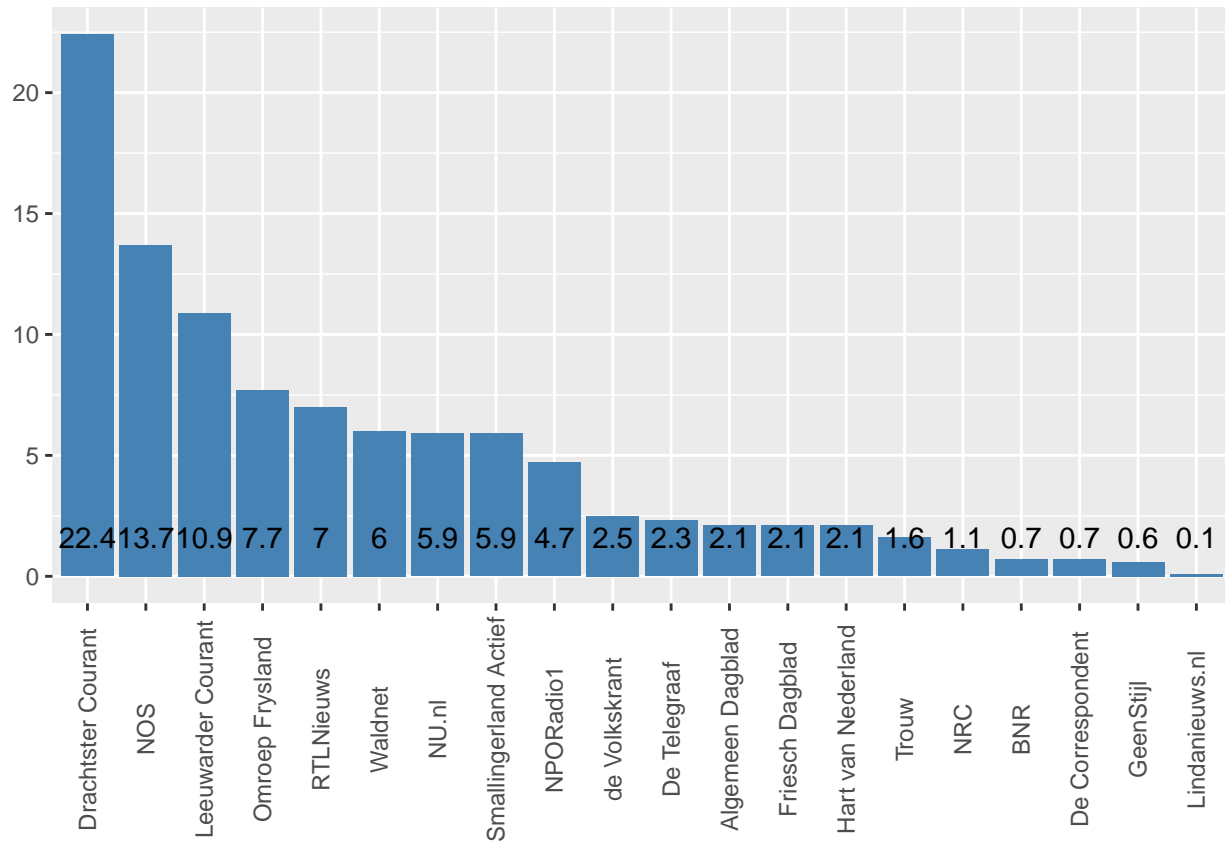
Inwoners van Smallingerland kunnen voor lokaal nieuws kiezen uit twee regionale dagbladen, een regionale omroep, een huis-aan-huisblad en een zelfstandige nieuwssite. Niet zo vreemd dus dat er alleen in Langedijk door evenveel mensen regelmatig lokaal nieuws geconsumeerd wordt. Ondanks dat inwoners kunnen kiezen uit twee regionale dagbladen, spant een huis-aan-huisblad de kroon in Smallingerland: 32 procent van de ondervraagden noemt de Drachtster Courant als belangrijke bron van nieuws wanneer zij lokaal nieuws gebruiken om zich te informeren, gevolgd door waldnet.nl (20 procent), Omrop Fryslân (16 procent) en de Leeuwarder Courant (15 procent). Er wordt in verhouding veel gebruik gemaakt van radio en televisie, daarentegen zijn sociale media minder populair. Vermoedelijk is dit consumptiepatroon het gevolg van de hoge gemiddelde leeftijd in Smallingerland.

Wanneer we naast de lokale en regionale media ook landelijke media mee laten tellen, zien we dat de kiezers in Smallingerland zich vooral richten op de landelijke nieuwszenders, NOS en RTL Nieuws. NU.nl volgt op plek drie en het eerste regionale medium is terug te vinden op plaats vier, in de vorm van de Leeuwarder Courant. Ook worden Omrop Fryslân en waldnet.nl regelmatig genoemd als bron van informatie voor de kiezers in Smallingerland. Huis-aan-huisblad de Drachtster Courant, wordt door ruim 4 procent van de kiezers genoemd als bron van informatie, ongeveer net zoveel als het televisieprogramma Hart van Nederland.



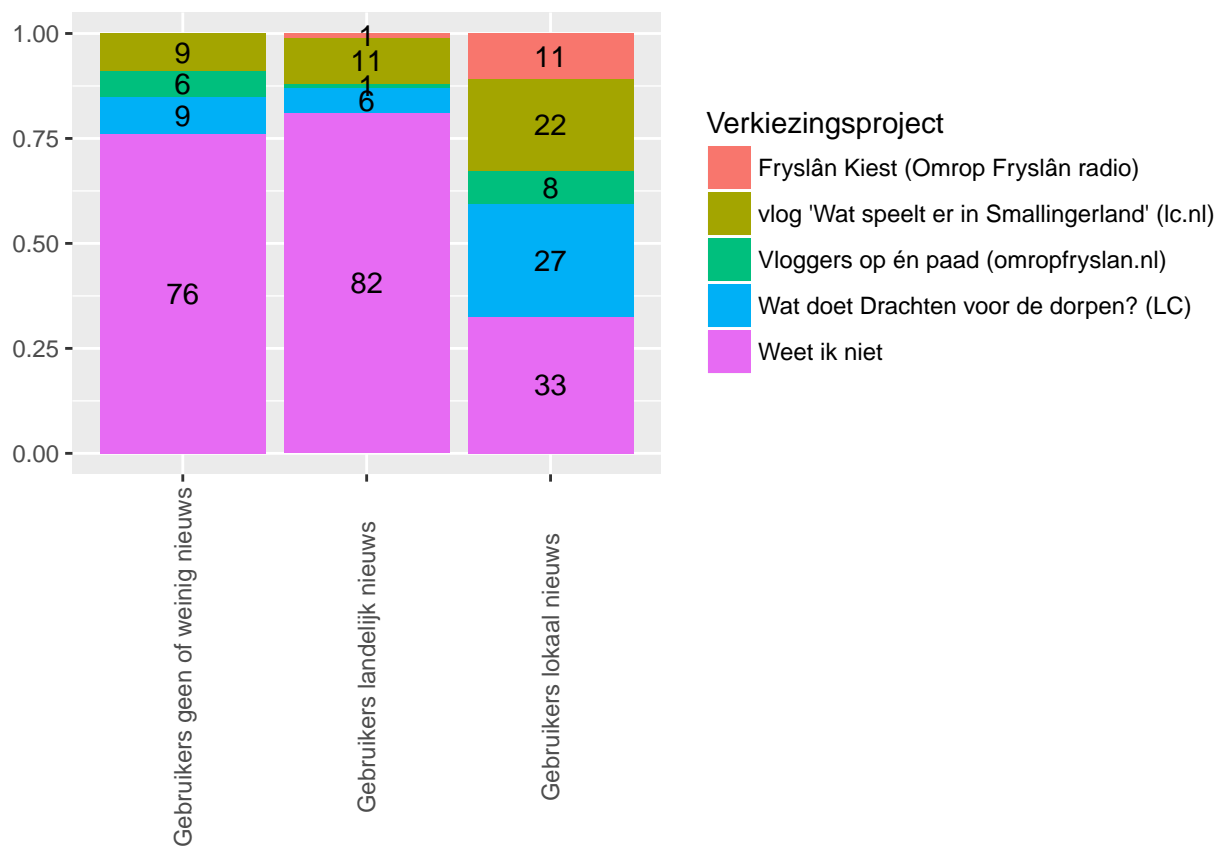
Media gebruik in aanloop naar de verkiezingen

Na de verkiezingen is de kiezers gevraagd welke nieuwsbronnen men heeft gebruikt in aanloop naar de verkiezingen. Hier is een ander beeld te zien dan bij de vraag naar algemeen nieuwsgebruik. De Drachtster Courant spant hier de kroon. Ruim 22 procent van de kiezers zegt dit medium te hebben gebruikt om zich te informeren voorafgaand aan de verkiezingen. De NOS volgt op afstand (14 procent) en ook op plaats drie en vier vinden we regionale media, te weten de Leeuwarder Courant (11 procent) en Omroep Fryslân (7.7 procent). Ook een ander huis-aan-huisblad, Smallerland Actief, wordt door 6 procent van de ondervraagden genoemd als bron van informatie voor nieuws over de verkiezingen.



De kiezer en de verkiezingsprojecten

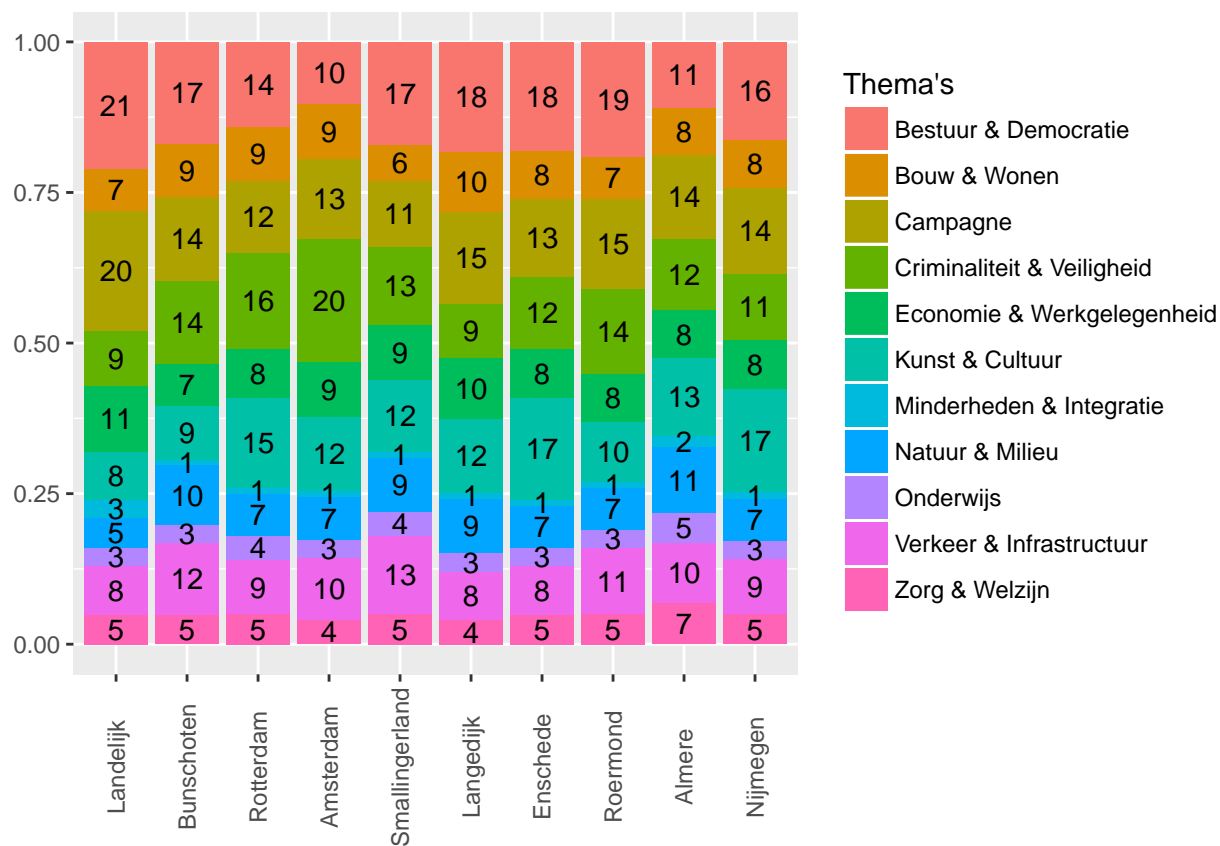
Gebruikers van lokaal nieuws in Smallingerland zijn duidelijk veel beter op de hoogte van de verschillende verkiezingsprojecten dan de andere nieuwsgebruikers. Twee derde van de kiezers die lokaal nieuws gebruiken om zich te informeren heeft van een project gehoord. Vooral het project van de Leeuwarder Courant “Wat doet Drachten voor de dorpen?” is bekend bij deze groep nieuwsgebruikers (27 procent). Ook de vlog “Wat speelt er in Smallingerland” van de Leeuwarder Courant is bekend (22 procent). Overigens kennen ook de gebruikers van alleen landelijk nieuws en de kiezers die weinig tot geen nieuws volgen deze twee projecten, zij het in veel mindere mate. De projecten van Omrop Fryslân zijn minder bekend bij het publiek.



Thema's in het nieuws

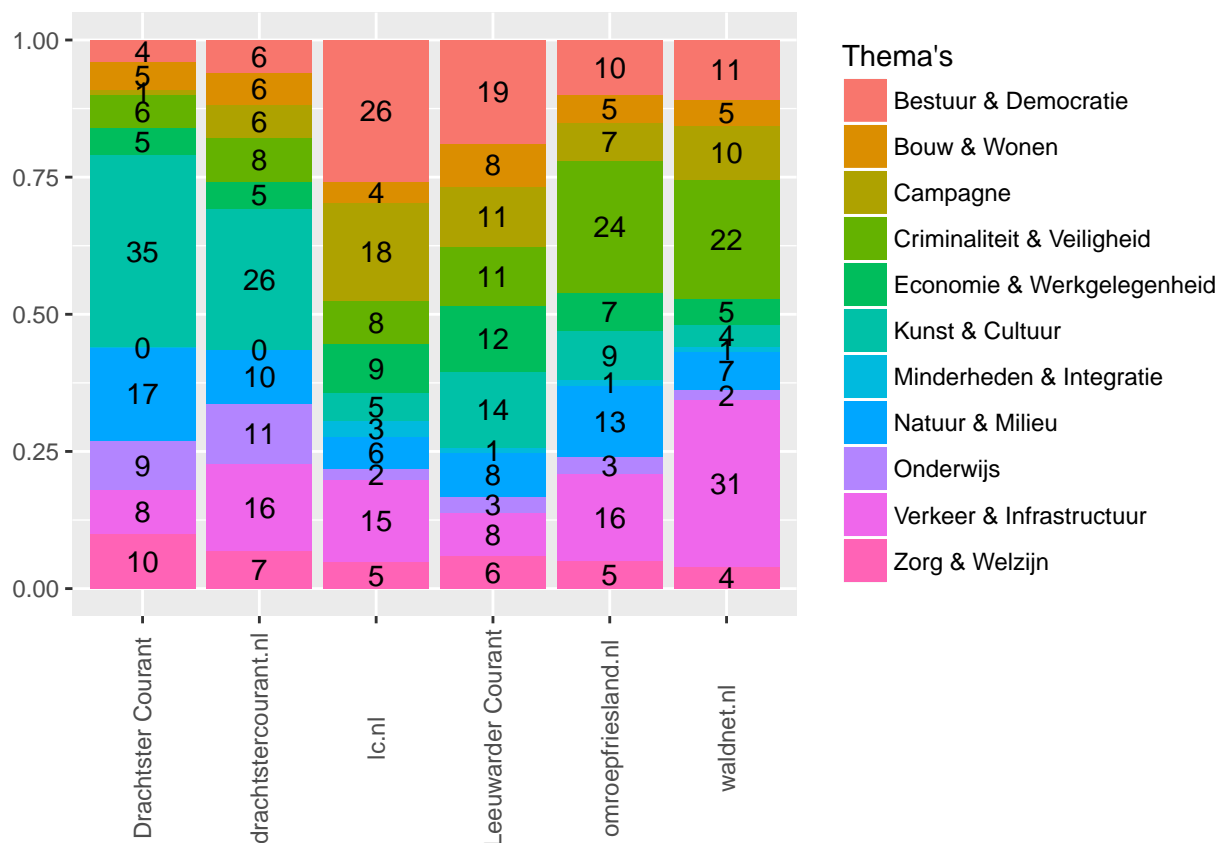
Thema's in het landelijke nieuws vergeleken met de gemeenten

De koopzondag, volgens de ondervraagden in dit onderzoek het belangrijkste thema (Economie & Werkgelegenheid) in aanloop naar de verkiezingen, behoort binnen de berichtgeving niet tot de onderwerpen waarover het meeste wordt bericht. Er wordt in verhouding meer aandacht besteed aan nieuws over Bestuur en Democratie, gevolgd op een gedeelde tweede plaats door Criminaliteit & Veiligheid en Verkeer & Infrastructuur. Binnen dit thema hebben media het vaak over de groeiplannen voor Lelystad Airport en de gevolgen daarvan voor het eigen vliegveld. Over Economie & Werkgelegenheid en het op één na belangrijkste thema volgens inwoners uit Smallerland, Zorg & Welzijn, wordt veel minder gepubliceerd.



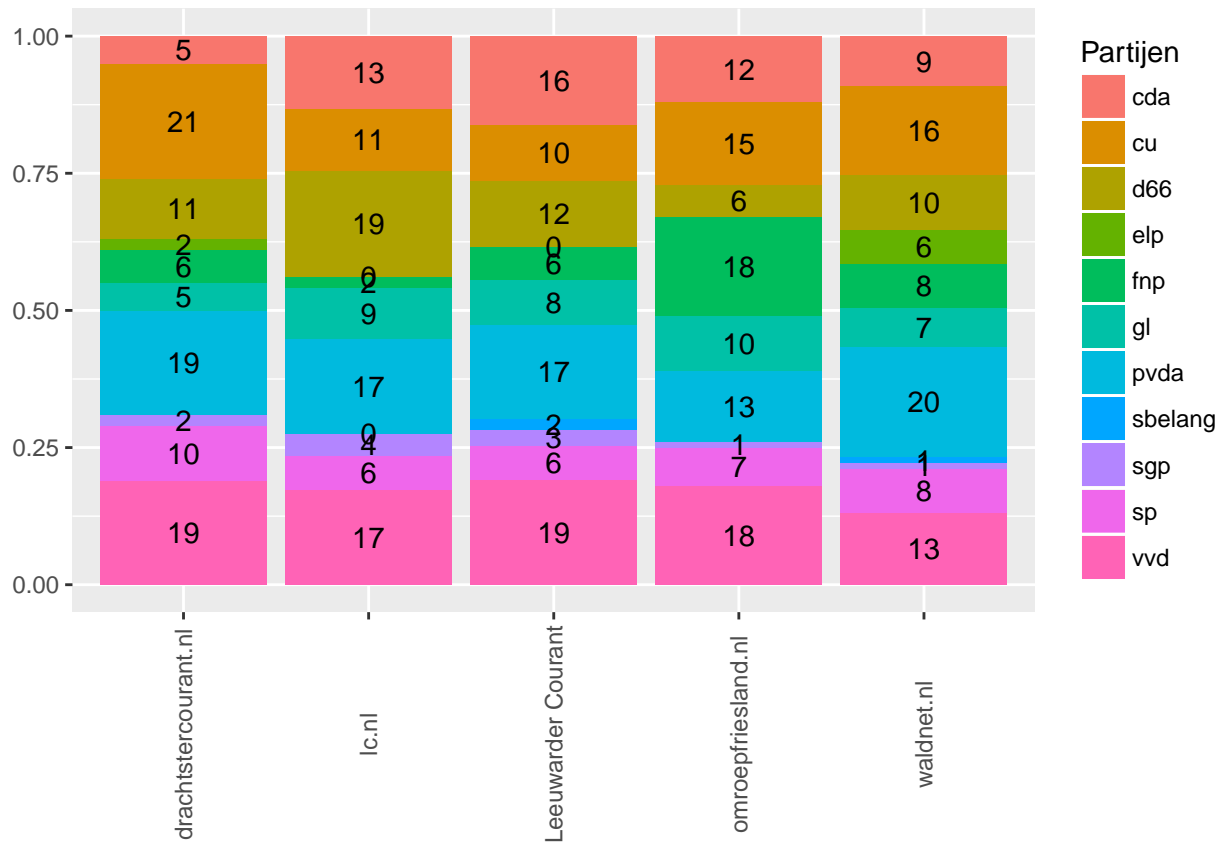
Thema's in de regionale en lokale media

De aandacht voor Bestuur & Democratie is vooral terug te zien in de Leeuwarder Courant. Zowel in de papieren versie van de krant als op de website is dit thema dominant. Op de websites van de Leeuwarder Courant vinden we relatief meer aandacht voor sec het campagneverloop dan in de andere media. De thema's Criminaliteit & Veiligheid krijgen relatief veel aandacht op de sites van Omrop Fryslân en waldnet.nl. Dit geldt ook voor nieuws over Verkeer & Infrastructuur. De Drachtster Courant besteedt zowel in het dagblad zelfs als op de website veel meer aandacht aan Kunst & Cultuur. Ook het andere thema, naast de koopzondag, dat voor kiezers in Smallerland belangrijk is, Zorg & Welzijn, krijgt in dit medium meer aandacht dan in de andere lokale en regionale media.



Partijen in het nieuws

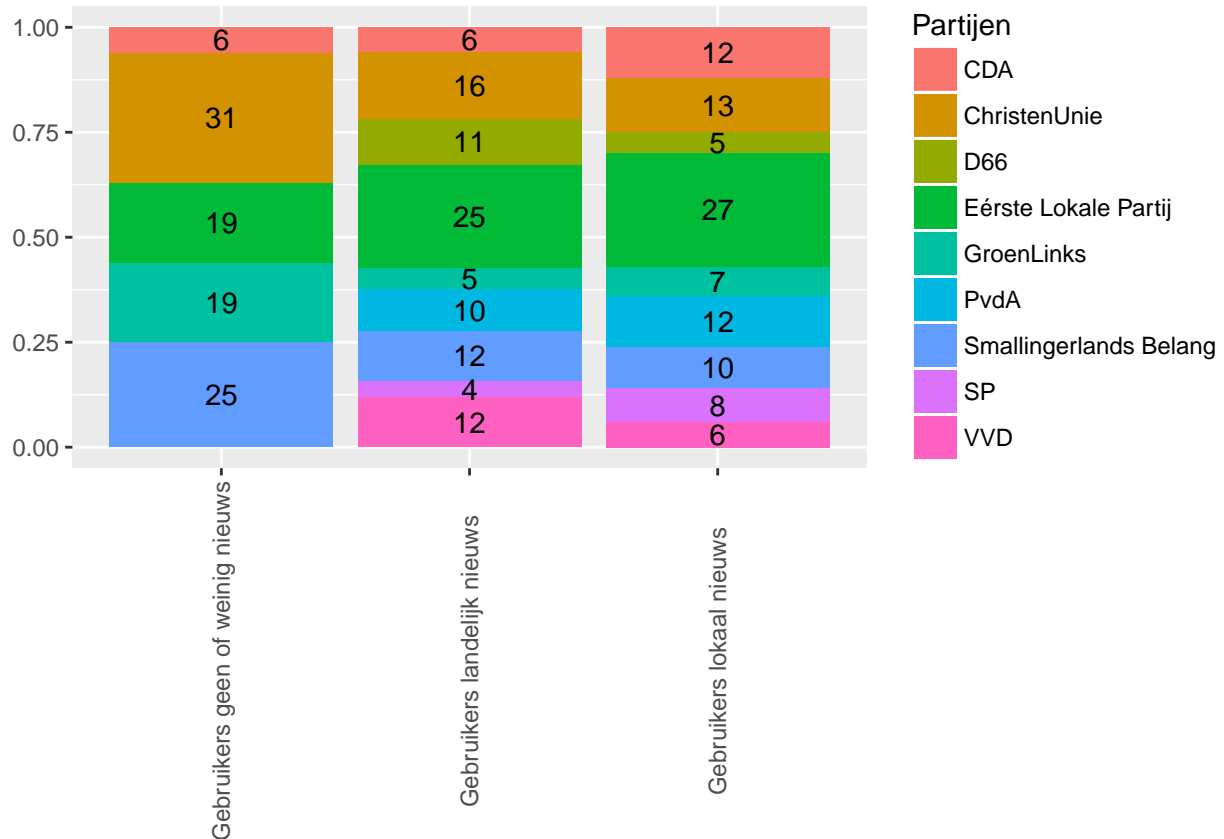
Hoewel ELP een spectaculaire winst boekte, kreeg deze partij minder aandacht in de lokale media dan de VVD en de PvdA. Dit kan ook worden veroorzaakt doordat er landelijk nieuws doordruppelt in de lokale media, maar dat maakt het contrast tussen de hoeveelheid aandacht voor de ELP en hun overwinning niet minder. Waldnet.nl besteedde op hun website de meeste aandacht aan de ELP, maar dit bedroeg minder dan de aandacht voor de FNP. Deze partij, uiteindelijk met een zetel in de raad, krijgt veel meer aandacht in de lokale en regionale media dan de ELP. Vooral Omrop Fryslân besteedt veel aandacht aan deze partij in hun berichtgeving.



Stemgedrag van de kiezers

Hoewel er in de media maar weinig aandacht was voor ELP, is het mediaconsumptiepatroon van Smallingerlanders wel mede een verklaring voor hun overwinning. Als algemeen resultaat in dit onderzoek is naar voren gekomen dat voornamelijk betrokken burgers en gebruikers van lokaal nieuws op lokale partijen stemden. De inwoners van Smallingerland voldoen aan beide voorwaarden.

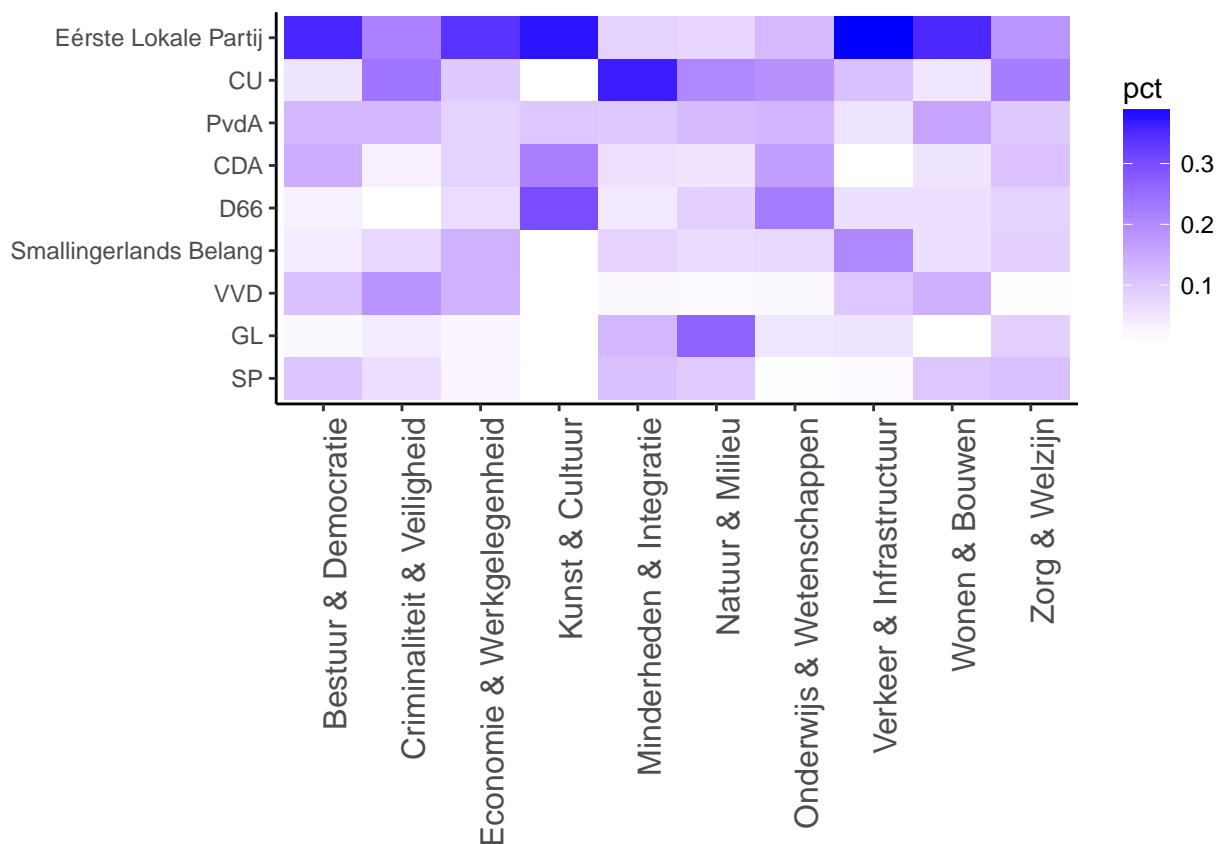
Ook valt op dat het CDA door gebruikers van lokaal nieuws vaker wordt gekozen dan door de andere groepen nieuwsgebruikers. De gebruikers van geen of weinig nieuws hebben vooral gestemd op de ChristenUnie en op een andere lokale partij, namelijk Smallingerlands Belang. De gebruikers van louter landelijk nieuws hebben vooral een kruisje gezet bij de VVD.



Stemkeuze en belang van issues

De koopzondag lijkt een rol te hebben gespeeld in de overwinning van de Eerste Lokale Partij, dat met zeven zetels (vier zetels winst) de grootste is geworden in Smallerland. kiezers die de koopzondag belangrijk vonden zijn eerder geneigd om ELP te stemmen, al kreeg de partij hier enige concurrentie van de VVD en Smallerlands Belang. De VVD heeft minder kunnen profiteren van het economische thema en bleef steken op de 2 zetels die zij al had. Dat de PvdA haar positie als grootste partij moest opgeven, werd al voorspeld. Hoewel 29 procent van de kiezers voorafgaand aan de verkiezingen nog zei te twijfelen over hun keuze, gaf 13 procent aan ChristenUnie te gaan stemmen, 8 procent CDA en slechts 6 procent PvdA.

Kiezers vinden dat voor de belangrijkste thema's, Economie & Werkgelegenheid en Zorg & Welzijn, de PvdA beduidend minder goed zorg kan dragen dan andere partijen. Opvallend is dat de ChristenUnie met name wordt genoemd door kiezers die Zorg & Welzijn meewogen in hun stem. Hetzelfde geldt voor kiezers die het thema Minderheden & Integratie belangrijk vinden. Zowel de ChristenUnie als de PvdA behaalden vier zetels en belanden samen met het CDA op plek twee. Ook Smallerlands Belang heeft kunnen profiteren van de vele kiezers die lokaal stemden. De partij steeg van twee naar drie zetels. Deze partij was niet alleen op het thema Economie & Werkgelegenheid een concurrent van de ELP maar ook mensen die het thema Verkeer & Infrastructuur meenamen in hun stemkeuze waren geneigd Smallerlands Belang te kiezen, zij het in mindere mate dan de ELP.



Facebookgebruik door politieke partijen

De politieke partijen in Smallingerland plaatsen weinig berichten op Facebook: 330 in totaal, gemiddeld 41,25 per partij. Dit is het laagste gemiddelde van alle onderzochte gemeenten. Niet gek, want sociale media zijn niet heel populair onder de inwoners van Smallingerland. Die geven zoals gezegd de voorkeur aan papieren media en omroep. De ELP kreeg de meeste stemmen in de gemeente Smallingerland en eindigt ook in de top als het gaat om de hoeveelheid respons per Facebookpost. De partij ontving 5.157 stemmen, ruim tien keer zo veel als dat het Facebookvolgers heeft. Alleen Smallingerlands Belang heeft iets meer volgers. Deze partij krijgt ook gemiddeld meer likes op de berichten dan de ELP. Overigens gaat het hier om slechts kleine aantallen. Concluderen dat ELP won vanwege het succes op Facebook zou, net als in de andere gemeenten, onjuist zijn.

Partij	aantal posts	gem.likes	gem.shares	gem.comments	Aantal volgers
GroenLinks Smallingerland	52	4	1	1	125
ChristenUnie Smallingerland	67	8	3	1	262
D66 Smallingerland	51	7	2	1	240
CDA Smallingerland	26	4	2	1	60
VVD Smallingerland	29	12	2	1	147
SP Smallingerland	18	7	3	2	567
Eérste Lokale Partij	27	15	11	1	568
PvdA Smallingerland	41	12	6	2	361
Smallingerlands Belang	27	29	5	6	633

Facebookgebruik door lokale media

Voor een kleine gemeente waar sociale media niet zo populair zijn, krijgen media hier wel veel reacties vanuit het publiek. Met gemiddeld 169 likes, 66 shares en 140 comments per bericht zelfs de meeste reacties van alle onderzochte gemeenten. Nadere inspectie laat zien dat dat wordt veroorzaakt door één specifiek medium: Omrop Fryslân, met de hele provincie als publiek. Dat doet echter niks af aan de prestatie van Omrop Fryslân: geen ander onderzocht lokaal of regionaal medium krijgt gemiddeld zoveel likes (286), shares (125) en comments (265) op hun Facebookberichten. Dat een regionale omroep in absolute zin de meeste interactie heeft met het publiek, mag geen verrassing heten: in nagenoeg alle onderzochte gemeentes hebben zij op Facebook veel interactie met hun publiek.

Medium	aantal posts	gem.likes	gem.shares	gem.comments	Aantal volgers
Leeuwarder Courant	130	99	21	43	38250
WâldNet	69	53	12	32	24685
Omrop Fryslân	268	286	125	265	78422
Friesch-Dagblad	3	2	2	0	116
Drachtster Courant	100	28	5	7	8263