

REPRESENTATIES VAN VOGELAARWIJKEN

Een onderzoek naar representaties en beeldvormingen van Vogelaarwijken.

Casus: De Hoogte en de Korrewegwijk, Groningen.



Afstudeerthesis Master Culturele Geografie

Mark Sekuur | s1762982

Rijksuniversiteit Groningen | Faculteit Ruimtelijke Wetenschappen

Begeleider: mevr. drs. M.W.C. Logtmeijer

Lezer: mevr. dr. T. Haartsen

Datum: 21 juni 2010

Voorwoord

- Ontwikkeling, observeren, begrijpen -

Dit zijn drie kernwoorden die mij te binnen schieten als ik terugdenk aan de masteropleiding Culturele Geografie die ik aan de Rijksuniversiteit Groningen heb gevolgd.

Dit onderzoek is mijn afsluiting van deze opleiding en staat voor veel wat ik tijdens de opleiding heb geleerd. Het thésisonderwerp, representaties van Vogelaarwijken, sluit aan bij mijn nieuwsgierigheid naar 'niet voor de hand liggende situaties'. Een gebied waarover bijvoorbeeld negatief gesproken wordt, prikkelt mij om te onderzoeken hoe eenzijdig dat beeld is, of dat er meerdere en andere waarheden zijn.

De rol van massamedia wordt in de globaliserende wereld steeds invloedrijker. In het boek "Het zijn net mensen" van Joris Luyendijk (2006) wordt de lezer geconfronteerd met de betwistbaarheid van ogenschijnlijke objectieve berichtgeving in de massamedia. The dictionary of human geography (2000, p703) beschrijft de theorie achter deze situatie perfect: "Representations not only reflect reality, but they help to constitute this reality". Volgens deze beschrijving is een representatie bij machte om de werkelijkheid te vormen. De massamedia kan hierin een belangrijke rol spelen.

Op een iets andere schaal gaat dit ook op voor de Vogelaarwijken. Een leuke inleiding op dit onderzoek is daarom de televisie-uitzending van 'Nu we er toch zijn'¹ over de twee Vogelaarwijken in Groningen. In deze uitzending test Eddy Zoëy de gastvrijheid in een Vogelaarwijk.

Dit onderzoek is mede mogelijk gemaakt dankzij een groot aantal personen. De volgende personen ben ik bijzondere dank verschuldigd: mijn begeleider drs. Annemieke Logtmeijer voor het geven van goede adviezen tijdens mijn onderzoek en de lezer van mijn onderzoekverslag dr. Tialda Haartsen. Daarnaast wil ik mijn lieve vriendin, Wendy, bedanken voor alle goede taalkundige adviezen én voor het geduld dat ze heeft gehad op de momenten dat mijn onderzoek voorrang op haar kreeg.

Niet direct gerelateerd aan dit onderzoek, maar wel aan de gehele opleiding, wil ik toch ook nog de gehele staf van de basiseenheid Culturele Geografie bedanken. De vriendelijkheid en gedrevenheid van de medewerkers zijn voor mij een extra stimulans geweest om deze opleiding met zoveel plezier te volgen en af te ronden.

Tot slot rest mij u te zeggen dat ik hoop dat u deze scriptie met belangstelling zult lezen.

Mark Sekuur,

Groningen juni 2010

1] uitgezonden op zondag 25 januari door BNN. Zie: [<http://tvblik.nl/nu-we-er-toch-zijn/groningen>].

Beeldmateriaal voorkant: logo 'Mooi Blijven Wonen': het beeldmerk van de wijkvernieuwing van De Hoogte en de Korrewegwijk. Foto: Krakkers protesteren tegen wijkvernieuwing in de Korrewegwijk, Borneoplein. Krant: artikel 'Eindelijk blij in de Vogelaarwijk', de volkskrant, 2-9-2009.

Samenvatting

Dit onderzoek gaat in op een eufemisme van het begrip achterstandswijk: de Vogelaarwijk. Het begrip Vogelaarwijk is in 2007 door de toenmalige minister van Wonen, Wijken en Integratie geïntroduceerd om 40 achterstandswijken te labelen zodat ze extra geld kunnen krijgen voor herstructureringsprojecten.

De tenaamstelling van deze lijst en de ophef die daaromheen in de massamedia is geweest, heeft er onder andere toe geleid dat het label een negatieve associatie gekregen lijkt te hebben. In dit onderzoek wordt door middel van een drietal deelvragen onderzocht hoe de wijken door actoren worden gerepresenteerd, wat het beeld in de massamedia is en hoe de actoren bewoners en beleidsmakers met representaties in de massamedia omgaan. De hoofdvraag die hierbij hoort luidt als volgt:

Op welke manieren worden Vogelaarwijken gerepresenteerd in de schrijvende massamedia en hoe interpreteren verschillende actoren deze representaties?

Representaties zijn een communicatieconcept binnen een cultureel systeem en kunnen strategisch, bewust of onbewust ingezet worden. Voorbeelden van representaties zijn teksten, beelden en objecten. Zonder het spreken van eenzelfde taal is het moeilijk een boodschap in een representatie over te brengen; een gedeeld cultureel systeem tussen de zender en de ontvanger is hierin een belangrijke voorwaarde. De ontvanger speelt hierin een belangrijke rol in het decoderen van ideeën, concepten en gevoelens in representaties. Uit de verschillende theorieën die in het theoretisch kader zijn behandeld, blijkt dat het coderen en interpreteren van codes een essentieel onderdeel binnen het gebied van representaties is. Een juiste interpretatie is afhankelijk van de zender, de ontvanger, het medium en bovenal een gedeeld cultureel systeem.

In veel vakgebieden is representeren een belangrijk concept; want veel, zo niet alles, draait om communicatie en beeldvorming. Dit is in de geografie niet anders. Plaatspromotie, plaatsmarketing en het beeld dat iemand van een gebied heeft zijn allemaal onderhevig aan communicatie, cultuur en zodoende representaties. Representaties in en door massamedia spelen hierin een belangrijke rol en kunnen ervoor zorgen dat er een eenzijdig en stereotype beeld over een gebied ontstaat.

Dit onderzoek gaat in op een casus die wordt gevormd door de twee Groninger Vogelaarwijken: de Korrewegwijk en De Hoogte. De beleidsmakers van de wijkvernieuwingsprojecten voor deze Vogelaarwijken hebben dit project de naam Mooi Blijven Wonen gegeven. Het door hun geproduceerde materiaal wordt onder deze noemer aan de buitenwereld gerepresenteerd. Dit vindt meestal plaats via media die in eigen beheer zijn zoals brieven, boekjes en folders. Daarnaast gebruikt men een lokale tv-zender om een programma over de wijkvernieuwing uit te zenden.

Naast de representaties van de betrokken actoren, worden Vogelaarwijken ook regelmatig in de massamedia gerepresenteerd. In dit onderzoek is een media-analyse uitgevoerd op een selectie van 167 krantenartikelen waarin het begrip Vogelaarwijk centraal staat. Dit is gedaan door middel van het coderen van de verschillende artikelen. Om het effect van representaties in de massamedia te meten zijn er interviews bij een tweetal actoren afgenomen: onder bewoners en leden van de Kerngroep die de beleidsmakers vertegenwoordigen. Uit deze onderzoeken is gebleken dat zowel de

geïnterviewde bewoners als de geïnterviewde beleidsmakers de representaties van hun wijk in de massamedia als erg negatief beschouwen. Dit staat in contrast met hun eigen beeld van de wijk; deze is veelal positief, namelijk in 66% van de door de bewonersrespondenten genoemde codes. Hierbij waardeert men vooral sociaal positieve elementen zoals de gezelligheid en het volkse van de buurt. Onderling lijken de respondenten zich niet veel aan te trekken van het beeld dat volgens hun in de massamedia wordt gerepresenteerd. In de communicatie naar mensen van buiten de wijk wordt echter wel regelmatig gesproken over eigen ervaringen om zo het beeld dat de buitenstaander over de wijk heeft aan te vullen met expertinformatie. Zowel de beleidsmakers als de respondenten laten zich daardoor in meer of mindere mate beïnvloeden door het beeld dat in de massamedia wordt gerepresenteerd. De beleidsmakers onderkennen de kracht van het representeren van een positief beeld en passen deze visie strategisch toe met behulp van communicatieadviseurs en grafisch ontwerpers. Hierbij wordt er in mindere mate gereageerd op beelden die in de massamedia worden gerepresenteerd en wordt er meer uitgegaan van de kracht van een op een specifieke doelgroep gerichte representatie. Deze nauwkeurige afstemming zorgt ervoor dat het gerepresenteerde concept efficiënter kan worden overgebracht dan een representatie in de massamedia. De boodschap wordt afgestemd op het culturele systeem waarbinnen de ontvanger van de boodschap zich bevindt.

Uit de media-analyse is gebleken dat de representaties in de massamedia in 50% van de toegekende codes een negatieve associatie heeft. Er wordt hierbij vaak gesproken over algemene achterstand in de Vogelaarwijken. De wijken krijgen bijna alleen aandacht als er een bepaalde gebeurtenis plaatsvindt die te herleiden is naar de sociale problemen die spelen of hebben gespeeld. De berichtgeving in de massamedia kan daarom ook getypeerd worden als een 1-dimensionale voorstelling. Doordat het grootste deel van de representaties negatief van aard is, bestaat er een kans dat er een stereotype beeld ontstaat. Maar omdat het begrip Vogelaarwijk langzaam steeds minder gebruikt wordt, zal de associatie en de bijbehorende stereotypering steeds minder bekend zijn en in het dagelijks gebruik daardoor naar de achtergrond verdwijnen.

Inhoudsopgave

Nr.	Titel	Pagina
-	Voorwoord	I
-	Samenvatting	II
-	Inhoudsopgave	IV
-	Lijst van figuren en tabellen	VI
-	Lijst van bijlagen	VII
Hoofdstuk 1		
1	Inleiding	1
1.1	Introductie	1
1.2	Aanleiding voor het onderzoek	1
1.3	Probleemstelling	2
1.4	Doelstelling	3
1.5	Vraagstelling	3
1.5.1	<i>Deelvraag 1</i>	3
1.5.2	<i>Deelvraag 2</i>	4
1.5.3	<i>Deelvraag 3</i>	4
1.6	Relevantie van het onderzoek	4
1.6.1	<i>Maatschappelijk</i>	4
1.6.2	<i>Wetenschappelijk</i>	5
1.7	Leeswijzer	5
Hoofdstuk 2		
2	Theoretisch kader: representaties	6
2.1	Introductie	6
2.2	Cultuur en representaties	6
2.3	De rol van taal	7
2.4	Theorieën binnen het concept van representeren	8
2.4.1	<i>Reflectief</i>	8
2.4.2	<i>Intentioneel</i>	8
2.4.3	<i>Constructionistisch</i>	8
2.4.4	<i>Tekens</i>	9
2.4.5	<i>Semiotics</i>	9
2.4.6	<i>Coderen</i>	10
2.5	Voorbeelden van representaties	10
2.6	Macht & discours	11
2.7	De rol van massamedia	11
2.8	Tekst als representatie	12
2.9	Ontstaanswijze representaties	12
2.10	Representaties van plaatsen	13
2.10.1	<i>Place images</i>	14
2.10.2	<i>Plaatspromotie</i>	15
2.10.3	<i>Plaatsmarketing</i>	15
2.11	Cognitie van landschappen	15
2.12	Macht en landschappen	16
2.12.1	<i>Plaatsgedrag</i>	16
2.13	Relaties met het onderzoek	16
Hoofdstuk 3		
3	Inleiding casus	18

3.1	Introductie	18
3.2	Inleiding op de Vogelaarwijken	18
3.3	Casus: Groningen	18
3.4	Gebiedskenmerken casus	20
Hoofdstuk 4		
4	Methoden en technieken	22
4.1	Introductie	22
4.2	Actoren en hun representaties	22
4.3	Media-analyse	23
4.3.1	<i>Tijdspanne</i>	25
4.3.2	<i>Coderen</i>	27
4.4	Effectonderzoek bewoners en Kerngroep	28
4.4.1	<i>Dataverzameling</i>	29
4.5	Methodologische normen	29
Hoofdstuk 5		
5	Resultaten	31
5.1	Inleiding	31
5.2	Overzicht actoren casus	31
5.2.1	<i>Onderverdeling actoren</i>	31
5.2.2	<i>Representaties door de actoren</i>	32
5.2.2.1	<i>De gebruikers</i>	32
5.2.2.2	<i>Beleidsmakers actieplannen</i>	33
5.2.2.3	<i>Adviesorganisaties</i>	34
5.2.2.4	<i>Faciliterende organisaties</i>	34
5.3	Representaties door massamedia	35
5.3.1	<i>Overzicht associaties</i>	35
5.3.2	<i>Verloop associaties per jaar</i>	37
5.3.3	<i>Verbanden</i>	38
5.4	Effectmeting bewoners	39
5.4.1	<i>Overzicht associaties</i>	39
5.4.2	<i>Overzicht associaties representaties massamedia</i>	40
5.4.3	<i>Bekendheid begrip Vogelaarwijk</i>	42
5.4.4	<i>Bekendheid Mooi Blijven Wonen</i>	42
5.5	De rol van het Kerngroep	42
5.5.1	<i>Representaties en beeldvorming van het Kerngroep</i>	43
5.5.2	<i>Rol massamedia</i>	43
5.6	Synthese	44
Hoofdstuk 6		
6	Conclusies	45
6.1	Introductie	45
6.2	Representaties van Vogelaarwijken door de verschillende actoren	45
6.3	Representaties van Vogelaarwijken in de massamedia	46
6.4	Interpretaties van de representaties in de massamedia	47
6.5	Representaties als sociaal construct	48
6.6	Problemen die tijdens het onderzoek zijn ontstaan	48
6.7	Discussie voor verder onderzoek	49
-	Literatuurlijst	50
-	Bijlagen	53

Lijst van figuren en tabellen

Figuur	Titel	Pagina
1	Overzicht van de aandachtswijken.	3
2	Conceptueel schema van de positie van representaties in een cultureel systeem.	7
3	Conceptueel schema van de vorming van een beeld.	12
4	Onderverdeling buurten Korrewegwijk en De Hoogte.	19
5	Aantal artikelen waarin Vogelaarwijk en synoniemen zijn genoemd.	25
6	Meest voorkomende begrippen periode 2003 t/m 2006.	26
7	Meest voorkomende begrippen periode 2007 tot heden.	26
8	Actoren en relaties op gemeenschappelijk niveau.	28
9	Schematisch organisatiemodel actoren Vogelaarwijken.	32
10	Het beeldmerk van het project Mooi Blijven Wonen.	34
11	Grafische weergave totalen associaties, onderverdeeld per bronsoort.	36
12	Grafisch overzicht van het verloop en de veranderingen in associaties in de kernperiode.	38

Tabel	Titel	Pagina
1	Gegevens De Hoogte en de Korrewegwijk.	20
2	Overzicht actoren.	23
3	Overzicht bronnen media-analyse.	24
4	Codering artikelen Vogelaarwijk.	27
5	Totalen associaties, onderverdeeld per bronsoort.	35
6	Meest genoemde code, onderverdeeld per bron en associatie.	36
7	Overzicht van het verloop en de veranderingen in associaties in de kernperiode.	37
8	Verskil populaire kranten, kwaliteitskranten en landelijk.	38
9	Verskil nieuwsbericht en achtergrondartikel.	39
10	Totalen eigen associaties bewoners.	40
11	Totalen associaties van bewoners van massamedia.	41

Lijst van bijlagen

Bijlage	Titel	Pagina
1	Overzicht gegevens van de geanalyseerde krantenartikelen	53
2	Interview bewoners	57
3	Interview beleidsmakers/kernteam	59
4	Overzicht actoren wijk 9715 en 9716	60

[H1] Inleiding

1.1 Introductie

Het eerste hoofdstuk van dit onderzoeksverslag beschrijft de aanleiding van het onderzoek. Hierop volgt de operationalisering van het onderzoek door middel van de probleemstelling, doelstelling en de vraagstelling. Ter afsluiting volgt een leeswijzer.

1.2 Aanleiding voor het onderzoek

Dit onderzoek gaat in op een eufemisme van het begrip achterstandswijk: de Vogelaarwijk. Een achterstandswijk is volgens Van Dale (2010) “een sterk verkrottende woonwijk met verhoudingsgewijs veel sociale problemen”.

Voormalig minister voor Wonen, Wijken en Integratie (WWI) Ella Vogelaar heeft begin 2007 een selectie van 40 achterstandswijken gepubliceerd die op dat moment onder de noemer ‘Vogelaarwijken’ werden geïntroduceerd. De publicatie van de lijst met ‘grootste’ achterstandswijken én de nieuwe tenaamstelling van deze wijken, heeft er volgens diverse media toe geleid dat het label een negatieve associatie heeft gekregen (AD, 9-2-2009 en Leeuwarder Courant, 30-5-2009). Daardoor is het beeld ontstaan dat de bewoners denken dat de wijken asociale buurten zijn omdat ze tot Vogelaarwijk zijn benoemd. Deze stempel draagt bij aan een negatieve beeldvorming en imago rondom de wijk. Uit angst voor deze beeldvorming en een stigmatiserende werking, heeft het ministerie van Volkshuisvesting, Ruimtelijke Ordening en Milieubeheer (VROM) in 2007 en 2008 gestreden tegen het bekend moeten maken van de ranglijst van de wijken. Hun opvatting over de rol van de media werd als volgt omschreven: “Verweerder [*Ministerie van VROM*] heeft erop gewezen dat de wijken door openbaarmaking [*van de ranglijst*] een slechter imago zullen krijgen en heeft voorts gerefereerd aan negatieve ervaringen met eerdere media-aandacht.” (Rechtbank Amsterdam, 2008).

Uiteindelijk moest de lijst onder dwang van een uitspraak van de rechtbank van Amsterdam bekend gemaakt worden. De uitspraak werd gebaseerd op de ‘Wet openbaarheid van bestuur’ (WOB) en de opvatting dat het ministerie van VROM niet objectief kon aantonen dat het bekendmaken van de ranglijst meer negatieve gevolgen heeft dan het alleen bekendmaken van een lijst zonder rangschikking. De Raad van State heeft in hoger beroep geoordeeld dat de lijst toch niet openbaar gemaakt hoefde te worden. Begin 2009 is de gehele ranglijst toch door het ministerie van VROM, en onder druk van de Tweede Kamer, openbaar gemaakt (De Pers, 2009).

Beeldvorming en (massa)media staan centraal in de informatiedeling over Vogelaarwijken. De hierboven beschreven inleiding geeft daar enkele voorbeelden van. Deze thesis doet een onderzoek naar representaties en beeldvormingen van Vogelaarwijken via diverse media. Vragen die naar aanleiding van een beeldvorming gesteld kunnen worden gaan in op de ontstaanswijze van een beeld, welke actoren er debet aan zijn dat er een bepaald beeld ontstaat en hoe de verschillende actoren met een beeldvorming omgaan. Dit onderzoek probeert een antwoord te geven op deze vragen door middel van het onderzoeken van een casus: de twee Groninger Vogelaarwijken.

Het concept van representaties heeft een nieuwe en belangrijke plaats in de culturele studies verworven (Hall, 1997). Volgens Hall verbinden representaties betekenissen en taal met cultuur. Representaties worden gebruikt om iets betekenisvol over de wereld te zeggen en zijn een essentieel onderdeel van het proces waarbij betekenis wordt geproduceerd en uitgewisseld tussen mensen van eenzelfde cultuur.

Er zijn al vaker onderzoeken gedaan naar representaties van gebieden. Het thema van deze onderzoeken was echter vaak toegespitst op principes van branding zoals citymarketing en regiobranding. Een voorbeeld is het onderzoek van Avraham (2000) waarin het effect van beeld op perceptie van gebieden wordt bestudeerd, of het onderzoek van Mercille (2005) waarin effecten van de massamedia op beeldvorming in de casus Tibet is onderzocht. Er is ook regelmatig onderzoek gedaan naar representaties en beeldvormingen van bepaalde gebieden. Zoals bijvoorbeeld het onderzoek van Martis (2005) naar representaties van het gebied Appalachia in Noord-Amerikaanse aardrijkskundeboeken.

Onderzoeken naar de effecten van representaties op (probleem)gebieden zoals Vogelaarwijken zijn veel minder uitgevoerd. Dergelijke onderzoeken zijn bij aanvang van dit onderzoek ook niet bekend.

1.3 Probleemstelling

Representaties zijn een middel om een doel te bereiken en kunnen strategisch, bewust of onbewust ingezet worden (Hall, 1997). Actoren die betrokken zijn bij Vogelaarwijken hebben belang bij het verspreiden en domineren van een bepaalde representatie om zo bepaalde doelen te bereiken.

Het begrip Vogelaarwijk heeft in de massamedia veelal een negatieve strekking; het is een stempel waar begrippen als 'achterstand', 'sociale problemen' en 'onveilig' regelmatig mee geassocieerd worden.

Naar aanleiding van deze beeldvorming is het zowel maatschappelijk als wetenschappelijk wenselijk om af te vragen hoe verschillende actoren, zoals bijvoorbeeld de bewoners, ondernemers en gemeentelijke instanties die betrekking hebben op de Vogelaarwijken, daar mee omgaan. Ageren of conformeren ze zich aan in het de media gerepresenteerde beeld en zijn daarin strategieën te ontdekken? Hoe verkoopt de gemeente bijvoorbeeld een Vogelaarwijk?

In Nederland liggen 40 Vogelaarwijken (figuur 1). In de stad Groningen liggen twee Vogelaarwijken: De Hoogte en de Korrewegwijk. Deze wijken zijn het onderzoeksobject van deze thesis.

Figuur 1 | Overzicht van de aandachtswijken.

Toelichting: zwarte stip: Vogelaarwijk, grijze stip: 40+ wijk (buiten lijst van Vogelaar).



Bron: Ministerie van VROM (2010)

1.4 Doelstelling

Het doel van dit onderzoek is om inzicht te krijgen in hoe verschillende actoren met beeldvormingen en representaties omgaan en wat de rol van massamedia in het proces van representeren is. Het eerste deel omvat een beschrijvend onderzoek, het tweede deel vooral een exploratief onderzoek.

Het onderzoeksobject zijn de actoren die betrokken zijn bij de twee Groninger Vogelaarwijken. Het huidige klimaat in deze wijken is daarvoor het uitgangspunt.

Een daaraan gerelateerd doel is het inzichtelijk krijgen of er een dynamiek in de beeldvorming in de massamedia te ontdekken is; zijn er veranderingen in de representaties gedurende een bepaalde tijdspanne waar te nemen.

1.5 Vraagstelling

Om de doelstellingen te kunnen behalen zijn er werkbare onderzoeksvragen geformuleerd. De hoofdvraag van het onderzoek luidt als volgt:

Op welke manieren worden Vogelaarwijken gerepresenteerd in de schrijvende massamedia en hoe interpreteren verschillende actoren deze representaties?

Er zijn drie deelvragen geformuleerd die het beantwoorden van de bovenstaande hoofdvraag operationaliseerbaar moeten maken.

1.5.1 Deelvraag 1

Er zijn veel actoren die de Vogelaarwijken representeren. Met behulp van deelvraag 1 wordt er inzicht verkregen in de hoeveelheid en soort actoren en welke methoden en technieken deze gebruiken om hun beeld te representeren. De hypothese is dat elke actor een eigen strategie heeft en dat de methoden en technieken daarop afgestemd worden. Deze deelvraag zal vooral een exploratief en beschrijvend doel hebben en een opzet zijn naar de beantwoording van deelvraag 3. Deelvraag 1 luidt als volgt:

- I. **Door welke actoren en met behulp van welke methoden en technieken worden de Vogelaarwijken (in Groningen) op dit moment gerepresenteerd?**

1.5.2 Deelvraag 2

Aansluitend op de vorige deelvraag wordt er onderzocht hoe Vogelaarwijken in nieuwsbladen worden gerepresenteerd. Het antwoord op deze deelvraag zal inzicht verschaffen in het imago dat wordt geschetst en zal vervolgens het uitgangspunt zijn voor de laatste deelvraag waarin de interpretaties en beeldvormingen van verschillende actoren onderzocht wordt.

Daarnaast worden er een drietal tijdsvakken onderzocht. Er zal onderzocht worden of er een dynamiek is te ontdekken tussen de periode net na de introductie van de Vogelaarwijken (drie jaar geleden) en heden ten dage.

Deze deelvraag zal vooral een exploratief en beschrijvend doel hebben.

- II. **Hoe worden Vogelaarwijken heden ten dage door de schrijvende massamedia (kranten, nieuwsbladen) gerepresenteerd?**

1.5.3 Deelvraag 3

De introductie van de term Vogelaarwijken heeft ervoor gezorgd dat er beeldvormingen over die wijken in de context van probleebuurtten gerepresenteerd gingen worden. Deze representaties worden gemaakt en gevoerd in een brede context. In deze context bevinden zich meerdere actoren die op elkaars representatie reageren. Deze deelvraag zal antwoord geven op welke manier de verschillende actoren representaties in de massamedia interpreteren en hoe ze met deze representaties omgaan. Deze deelvraag zal vooral een exploratief, verklarend en beschrijvend doel hebben.

Het uitgangspunt van deze deelvraag is om de twee grootste actoren te onderzoeken: de Kerngroep en de bewoners. Een hele belangrijke en machtige speler is de Kerngroep die het beleid voor de Groninger Vogelaarwijken maakt. Deze actor wordt verder uitgediept om inzichtelijk te krijgen wat hun rol binnen de representaties is en hoe dat samengaat met een andere hele belangrijke actor; de bewoners van de Groninger Vogelaarwijken.

- III. **Hoe ervaren de twee grootste actoren de representaties uit de massamedia en sluit dit aan bij hun eigen associaties van de wijk?**

1.6 Relevantie van het onderzoek

1.6.1 Maatschappelijk

Zowel de Vogelaarwijken als achterstandswijken en probleemwijken zijn een veel besproken onderwerp in de massamedia en de gemeentelijke en landelijke politiek. Dit heeft maatschappelijke gevolgen voor de direct en indirect betrokkenen bij een Vogelaarwijk.

Met dit onderzoek zal een belangrijk maatschappelijke aspect met betrekking tot beeldvorming onderzocht worden; hoe de verschillende actoren een beeld representeren en wat de rol van de massamedia in het proces van beeldvorming is.

De beeldvorming, en het bijbehorende imago, is daarbij het uitgangspunt. Het algemene belang van een goed imago en een positieve beeldvorming wordt tegenwoordig onderkend door de vele city-branding promoties. Een negatieve beeldvorming kan desastreus zijn voor de ontwikkeling van een gebied; het is daarom wenselijk om inzichtelijk te hebben wat de gevolgen van beeldvorming in massamedia kunnen zijn.

1.6.2 Wetenschappelijk

Representaties zijn de laatste decennia een veel besproken onderdeel binnen diverse wetenschappelijke disciplines. Zo ook binnen het vakgebied van de sociaal ruimtelijke wetenschappen.

Het begrip Vogelaarwijk is in maart 2007 door de toenmalige minister van Wonen, Wijken en Integratie Ella Vogelaar geïntroduceerd. Vanaf dat moment is het begrip veelvuldig door allerlei actoren gerepresenteerd. Door middel van dit onderzoek zal er een casus op het gebied van representaties onderzocht worden. Dit zal hopelijk leiden tot verdergaande praktische wetenschappelijke inzichten. Daarnaast wordt er onderzoek gedaan naar de gevolgen van 'negatief' geladen representaties. En aangezien dat nog niet veel vaker is gedaan, er zijn eerder enkel veel onderzoeken gedaan naar representaties met een positieve strekking, zal dit ook meer inzicht verschaffen.

1.7 Leeswijzer

Deze thesis is als volgt opgebouwd: na dit inleidende hoofdstuk (hoofdstuk 1) volgt hoofdstuk 2 waarin het theoretisch kader wordt besproken. Een inleiding op de casus Vogelaarwijken wordt in hoofdstuk 3 beschreven. Het volgende hoofdstuk, hoofdstuk 4, gaat in op de methoden en technieken die in dit onderzoek zijn toegepast. In hoofdstuk 5 worden de resultaten van het onderzoek behandeld. Tot slot worden in hoofdstuk 6 de conclusies behandeld. In dit hoofdstuk wordt ook teruggekeken naar de onderzoeksvragen en wordt er een korte reflectie op de uitvoering van het onderzoek gegeven.

[H2] Theoretisch kader: representaties

2.1 Introductie

Dit hoofdstuk gaat in op het theoretische kader van dit onderzoek. Het begrip representaties wordt uiteengezet en de koppeling van representaties met de geografie wordt gemaakt.

Allereerst wordt er in paragraaf 2.2 gekeken naar de relatie tussen cultuur en representaties.

Aansluitend daarop wordt in paragraaf 2.3 de link met taal gelegd. De daarop volgende paragrafen gaan in op de verschillende concepten die in verband staan met representaties.

In de paragrafen 2.10 tot en met 2.12 wordt de relatie tussen representaties en de geografie gelegd. Er wordt ingegaan op concepten van het representeren van plaatsen en de cognitie van landschappen.

De laatste paragraaf legt de relaties van de theorie met het onderzoek.

2.2 Cultuur en representaties

Cultuur gaat over het delen van betekenissen en het interpreteren van de wereld, het leven en het waarde toekennen aan deze wereld en is overall om ons heen. Het delen en uitwisselen van betekenissen gebeurt door middel van taal (Hall, 1997). Zonder het communiceren door middel van een gedeelde taal is het erg lastig om betekenissen uit te wisselen.

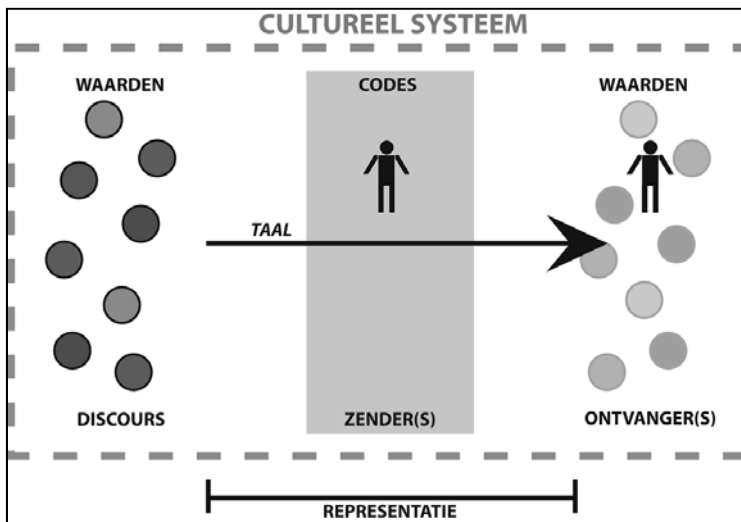
Taal, in de breedste zin van het woord, heeft dus een sleutelpositie in culturele waarden en betekenissen (Hall, 1997). Maar wat is de relatie tussen cultuur en representaties? Volgens Hall werkt taal in een 'representatieve' systeem. Dat wil zeggen dat er gebruik wordt gemaakt van symbolen en tekens om ideeën, concepten en gevoelens te representeren aan andere mensen door middel van culturele codes.

Volgens Holloway en Hubbard (2001) zijn representaties alle vormen van communicatie waarbij mensen elkaar vertellen over de wereld en informatie delen. Hall (1997) beschrijft representeren als het produceren van betekenissen met behulp van concepten door middel van taal. Het is de link tussen de concepten en taal die het mogelijk maken te refereren naar de echte of verbeeldende wereld. Dit kan gedaan worden met behulp van elke manier van communiceren; bijvoorbeeld verbaal, non-verbaal of door middel van objecten. Voor het efficiënt overbrengen van de boodschap is het belangrijk dat zowel de ontvanger als de zender van de boodschap dezelfde taal spreken en dus eenzelfde cultureel systeem hebben (figuur 2).

Volgens Hall wordt er betekenis aan dingen gegeven door de manier waarop het gerepresenteerd wordt; welke woorden worden gebruikt, welke verhalen worden er verteld, welke beelden worden geproduceerd, welke emoties worden ermee geassocieerd. De manier waarop het geclassificeerd en geconceptualiseerd wordt staat onder invloed van cultuur.

Representaties worden dus gebruikt om iets betekenisvol over de wereld te zeggen en zijn een essentieel onderdeel van het proces waarbij betekenis wordt geproduceerd en uitgewisseld tussen mensen van eenzelfde cultuur.

Figuur 2 | Conceptueel schema van de positie van representaties in een cultureel systeem.



De relaties tussen dingen, concepten en tekens liggen ter grondslag aan de productie van betekenis in taal. Het proces dat deze onderdelen met elkaar verbindt, wordt representeren genoemd.

Het delen van eenzelfde cultuur houdt in dat er gedeelde conceptuele schema's plus gedeelde taalsystemen bestaan die met behulp van codes de relaties en vertaling tussen deze twee onderdelen maakt. Oftewel; de codes maken de relatie tussen de concepten en de tekens. Deze codes, concepten en tekens zijn niet vast in hun betekenis. Het zijn dynamische systemen die continu aan veranderingen onderhevig zijn.

De betekenis zit niet in het woord, object, ding of persoon, maar is geconstrueerd door het systeem van representaties. Geconstrueerd en gemaakt door middel van een code, die de verbinding tussen het conceptuele systeem en taal mogelijk maakt (Hall, 1997). Deze betekenis bestaat niet los van de mens, het is sociaal geconstrueerd en geproduceerd. Representaties zijn daarom altijd partieel en selectief (Holloway en Hubbard, 2001) en dus altijd betwistbaar vanuit een ander zichtpunt en worden gevormd vanuit een bepaald, elitair in het geval van een discours, standpunt en al snel een stereotypering. Zodra mensen in een groep dezelfde taal spreken, of cultuur delen, zal een teken echter wel veelal op eenzelfde manier geïnterpreteerd worden. Om de informatie te kunnen delen is het spreken van eenzelfde taal dus noodzakelijk. Anders gaat het bericht verloren. De interpretatie is daardoor dus persoonlijk gebonden.

2.3 De rol van taal

Taal is volgens Knox en Marston (2007) een centraal aspect van de culturele identiteit. Zonder taal zouden waarden en betekenissen niet door mensen overgegeven kunnen worden.

Taal is een wijze van het communiceren en representeren van gedachten en gevoelens door middel van een systeem van tekens. Deze tekens kunnen geluiden, beelden, teksten en dergelijke zijn. Taal valt in deze context dus te beschrijven als een systeem van tekens.

Om elkaar te begrijpen is het belangrijk dat je dezelfde taal spreekt en dat je op elkaar afgestemde taalkundige codes gebruikt. Indien dit niet het geval is, bijvoorbeeld bij het niet

mchtig zijn van een taal of het communiceren in dialect, kan de betekenis op een andere manier geïnterpreteerd worden dan de zender heeft bedoeld. Hierbij moet taal in de breedste zin van het woord uitgelegd worden; het is niet altijd noodzakelijk om dezelfde gesproken taal (bijvoorbeeld Engels of Frans) te spreken. Herkenning en interpretatie kan ook door middel van andere wijze tot stand komen.

Volgens Hall (1997) is taal is één van de media waar via gedachten, ideeën en gevoelens in een cultuur worden gerepresenteerd en is het een systeem van representaties. Ze representeren wat men wil zeggen. Maar hoe weet de ontvanger welk concept gerepresenteerd wordt? Of welk woord het meest effectief het bedoelde concept representeert en dat de ontvanger begrijpt wat de zender wil zeggen? Alles wat een betekenis heeft moet geïnterpreteerd worden. Om te kunnen interpreteren is het nodig dat de juiste taal gesproken wordt als die van de zender/maker van de representaties. Dit is een moeilijk en vaak onvoorspelbaar proces.

Representaties drijven dus op de aanwezigheid van een gedeelde set van betekenissen. Taal is hierbij het middel om de betekenissen te representeren. Zonder de gedeelde set van betekenissen is de kans groot dat de boodschap verloren gaat.

2.4 Theorieën binnen het concept van representeren

Er zijn veel theorieën binnen het concept van representeren. Hieronder worden de meest relevante theorieën voor dit onderzoek besproken.

Hall (1997) onderscheidt drie benaderingen om te verklaren hoe representaties van betekenissen door middel van taal werken; de reflectieve, intentionele en constructionistische benadering.

2.4.1 Reflectief

Binnen dit concept reflecteert taal een betekenis die al bestaat in de wereld van objecten, mensen en bezigheden. De betekenis zit al in het object en deze reflecteert, of weerspiegelt, de 'echte' betekenis. Synoniemen zijn: nagebootst, spiegel.

2.4.2 Intentioneel

Binnen de intentionele benadering wordt er vanuit gegaan dat taal uitdrukt wat de schrijver, schilder of spreker wil zeggen. Het is zijn of haar persoonlijke betekenis en waarheid. De woorden betekenen wat de auteur ermee bedoelt, of in ieder geval de intentie die hij heeft om er iets mee te zeggen. Hierbij wordt er vanuit gegaan dat de voorsteller of zender met behulp van taal de boodschap probleemloos over kan brengen. Het intentioneel systeem gaat er vanuit dat woorden, beelden, afbeeldingen of geluiden weergeven wat de voorstellers willen dat ze voorstellen. Maar aangezien een essentie van taal communiceren is (het is een sociaal systeem), gaat deze individualistische theorie niet helemaal op. Het individu moet zich aanpassen aan de heersende betekenissen die de tekens en taal in cultureel opzicht in zich hebben. Dit concept ontkent de tol van de ontvanger, die zijn eigen perceptie en cognitiefilters heeft.

2.4.3 Constructionistisch

De derde betekenis onderkent de rol van het sociale karakter van taal. Betekenis is en wordt

geconstrueerd in en door taal en maakt daarbij gebruik van representatieve systemen, concepten en tekens.

Er wordt hierbij een duidelijk onderscheid gemaakt tussen de materiële wereld, waar dingen en mensen bestaan, en de symbolische praktijken en processen waardoor representaties, betekenissen en taal opereren. De materialistische wereld heeft van zichzelf geen betekenis, het taalsysteem wordt gebruikt om een concept van betekenissen te representeren.

Representaties zijn praktijken die bijvoorbeeld materialistische objecten kunnen gebruiken om betekenissen te uiten. De betekenis hangt af van de symbolische functie. *Het staat ergens symbool voor, het symboliseert iets of representeert een concept.* De materiële objecten staan in dienst van de tekens. Dit is een complexe relatie tussen dingen, concepten en taal.

Dit concept houdt in dat betekenis dus niet wordt doorgegeven, niet wordt overgebracht, maar wordt gemaakt, geconstrueerd, geproduceerd en gereproduceerd.

Naast de drie hierboven behandelde benaderingen van Hall, zijn er nog meer voor dit onderzoek relevante concepten. De belangrijkste worden hieronder kort behandeld.

2.4.4 Tekens

Een ander concept van de representaties is die van Saussure (in Hall, 1997). Daarbij wordt uitgegaan van het principe van tekens (signs). Saussure verdeelt de tekens onder in twee elementen: de vorm (het woord, plaatje, foto, etc.) en het idee van het concept waarmee de vorm wordt geassocieerd. Het eerste element noemt hij de 'signifier' en het tweede element de 'signified'. Deze twee onderdelen kunnen niet los van elkaar gezien worden; de signifier zal, binnen een heersende discours en cultuur, geassocieerd worden met het concept van de signified. Een natuurlijke link tussen de twee bestaat er echter niet. De link zal sociaal geconstrueerd moeten worden.

De relatie tussen de signifier en signified wordt bepaald door de culturele codes. Deze codes zijn, evenals cultuur, echter dynamisch en aan verandering onderhevig. De associaties veranderen gedurende het verloop van de tijd. Er is geen enkele universele en onveranderende definitief vastgestelde betekenis. De interpretatie is daarom ook aan verandering onderhevig. Onder andere door deze dynamiek is het ontzettend moeilijk de lezer hetgeen te laten interpreteren wat de schrijver (zender) heeft bedoeld. Het is onmogelijk om alle verborgen, oude en onbegrepen betekenissen uit te wissen.

Interpretatie is dus een heel erg belangrijk aspect in het proces waarin betekenis is gegeven en ontvangen. De zender is even belangrijk als de ontvanger en dus in lijn met de eerder behandelde constructionistische theorie van Hall.

Volgens Saussure is het teken ook relationeel. Een betekenis kan alleen maar bestaan in een relatie met een vergelijkende maar verschillende vorm; bijvoorbeeld vader-moeder, rood-groen, nacht-dag.

2.4.5 Semiotics

Een concept dat grotendeels aansluit bij de tekens van Saussure is semiotics. Semiotics is de studie die zich bezighoudt met de vraag hoe tekens en symbolen overgebracht, en dus gecommuniceerd, worden. De tekens die worden geproduceerd kunnen verschillende

betekenissen hebben voor diegene die ze produceert en diegene die ze leest, of probeert te lezen. Maar ook een expressie op een gezicht kan een representatie zijn; deze expressie kan door anderen op een verschillende manier geïnterpreteerd en begrepen worden en is dus cultuurafhankelijk. Elk teken heeft een eigen betekenis en deze tekens kunnen zowel subtiel als gemakkelijk leesbaar zijn. Vaak zijn tekens bedoeld voor specifieke personen of groepen.

De analyse van betekenissen wordt niet gedaan door het interpreteren van de inhoud, maar door te kijken naar de onderliggende regels en codes waar via de objecten of praktijken betekenissen produceren.

In de semiotische aanpak kunnen volgens Hall (1997) niet alleen beelden en woorden als signifier werken in het produceren van betekenis, maar ook objecten zoals bijvoorbeeld kleren. Kleren hebben als fysiek doel het lichaam te bedekken en kunnen daarnaast een boodschap meedragen zoals bijvoorbeeld een romantische en elegante avondjurk. Het fysieke onderdeel is de signifier, het elegante en de romantische boodschap zijn de signified. Deze coderingen zorgen ervoor dat de kleding in tekens wordt geconverteerd die weer als taal gelezen kunnen worden.

2.4.5 Coderen

Het concept van coderen valt volgens Hall (1980, in Rose, 2007) op te delen in drie hypothetische situaties; het publiek ontcijfert (decodeert) het mediabericht volgens de manier zoals het bericht gecodeerd en bedoeld is. Een situatie waarbij het publiek het vertaalt naar zichzelf, en een situatie waarbij het publiek het bericht op een totaal andere manier interpreteert dan bedoeld is door de zender. Het coderen gebeurt bewust voor een bepaalde groep: de ontvanger. Deze ontvanger decodeert het bericht vervolgens actief.

2.5 Voorbeelden van representaties

De symbolen en concepten die door middel van taal gerepresenteerd worden, kunnen op vele manieren gebruikt worden. Enkele voorbeelden zijn door middel van geluiden, geschreven teksten, beelden zoals foto's of schilderijen, muziek en zelfs objecten zoals kleding en verkeersborden. Kleuren, geluiden, texturen, objecten kunnen eveneens een betekenis communiceren.

De functie is om betekenis te maken en deze door middel van tekens te verspreiden. De ene wat abstracter dan de andere. Ze dienen om ideeën, concepten te communiceren. Advertenties, posters, *popular culture* zijn voorbeelden van media die gebruikt kunnen worden om representaties te verspreiden. Maar ook lichaamstaal is een medium.

De representerende onderdelen hebben geen betekenis van zichzelf. Ze symboliseren een betekenis die de maker wenst te communiceren; ze werken als tekens. En deze tekens representeren concepten, ideeën, gevoelens met als doel om anderen deze concepten, ideeën, gevoelens en concepten op eenzelfde manier te interpreteren zoals de zender het heeft bedoeld.

Hall (1997) maakt hierbij onderscheid tussen twee soorten representaties; een objectieve – en subjectieve representatie. De objectieve geeft een schijnbaar objectief beeld. Het heeft puur en alleen een informatieve waarde en functie. Het presenteert 'feiten'. Vooral foto's hebben een lange tijd de schijn van een objectieve presentatie opgehouden. We zien iets en geloven

het omdat we onze ogen geloven; ons zicht bedriegt ons niet. Het was een 'reflectieve' representatie, maar inmiddels is het er het besef dat ook foto's een vertekent beeld kunnen geven.

De subjectieve representatie heeft meer te maken met sociale en persoonlijke aspecten. Er wordt daarom ook gesproken over een 'menselijk document'. De informatie wordt gevormd vanuit het standpunt van het individu of de groep. Het beeld wordt door de schrijver geïnterpreteerd en geconstrueerd. Het gevoel is in het subjectieve belangrijk, het draait minder om de feiten. Dit gevoel is sociaal geconstrueerd, zoals ook al in de eerdere concepten is toegelicht.

2.6 Macht & discours

Binnen de theorieën van representeren heeft macht een belangrijke rol. Macht is volgens Cosgrove (1988) de (dominante) controle die een groep of klasse heeft over een andere groep of klasse en volgens de beschrijving van Max Weber "de kans dat een individu of groep zijn wil door kan zetten, zelfs tegenover weerstand". De heersende macht produceert en representeert kennis en betekenis door middel van discours; het gaat om het grotere verband dan alleen taal. De machtspositie kan worden gereproduceerd door middel van communicatie via bijvoorbeeld massamedia. Het beeld dat door de macht wordt geschapen wordt ideologisch gepresenteerd als de reflectie van de werkelijkheid. Macht zorgt er niet alleen voor dat er een aanname is dat iets de waarheid is, maar kan iets ook echt de waarheid maken (Hall, 1997). Daardoor kan een positief of negatief beeld ervoor zorgen dat er op een bepaalde manier over het gerepresenteerde gedacht gaat worden.

Een concept dat direct aan representatie gekoppeld kan worden is *discours*; het communicatieraamwerk dat representaties construeert. De elite in het discours bepaalt de regels, bepaalt en maakt de waarheid en geeft zodoende vorm aan de sociale gebruiken. Op deze manier wordt een algemene manier van praten over, denken over of representeren van iets geschapen.

Volgens Holloway en Hubbard (2001) is de discours plaats- en tijdspecifiek. Het concept is direct gekoppeld aan menselijke gebruiken zoals bijvoorbeeld de dagelijkse gebruiken. Het idee van discours zorgt ervoor dat je betekenis met gebruiken kan koppelen.

Door de controlerende en heersende discours te zijn, ben je in staat de controle te hebben over hoe mensen kennis hebben en hoe mensen over bepaalde dingen denken. Het is de dominante manier hoe men naar de wereld kijkt en hoe men die begrijpt. Alternatieve manieren van de wereld bekijken en begrijpen worden als minder belangrijk ervaren (Holloway en Hubbard).

Foucault (in Hall, 1997) hield zich meer bezig met het aspect macht binnen de representaties en zag taal als ondergeschikt aan macht. Het discours is een systeem van representatie en gaat over het produceren van kennis via taal. De heersende discours bepaalt de opvattingen van dat moment en bepaalt wat op dat moment belangrijke geldende normen en waarden zijn.

2.7 De rol van massamedia

Massamedia heeft een belangrijke positie in het representeren van concepten. Volgens Mercille (2005, p1040): "is de media extreem machtig in het overtuigen en indoctrineren van

het publiek". En volgens Schramm (1971, in Mercille, 2005) kan communicatie gezien worden als een magische kogel ('a magic bullet') die ideeën, gevoelens, motivaties zowat automatisch overbracht van de ene persoon naar de andere persoon. Hierbij wordt de ontvanger als relatief passief en weerloos beschouwt.

Er zijn echter ook studies die het publiek/de ontvanger macht geven om hun eigen beeld te interpreteren en construeren van de mediaberichten. Zelfs eventueel als tegenovergesteld van de intentie van het mediabericht.

Volgens Hall (1997) hebben representaties een groot effect op de beeldvorming. Een grote overeenstemming versterkt dat effect. Een discours, en de bijbehorende macht, kan van dit gegeven gebruik maken door de media strategisch als beeldvormer en imagobouwer in te zetten.

2.8 Tekst als representatie

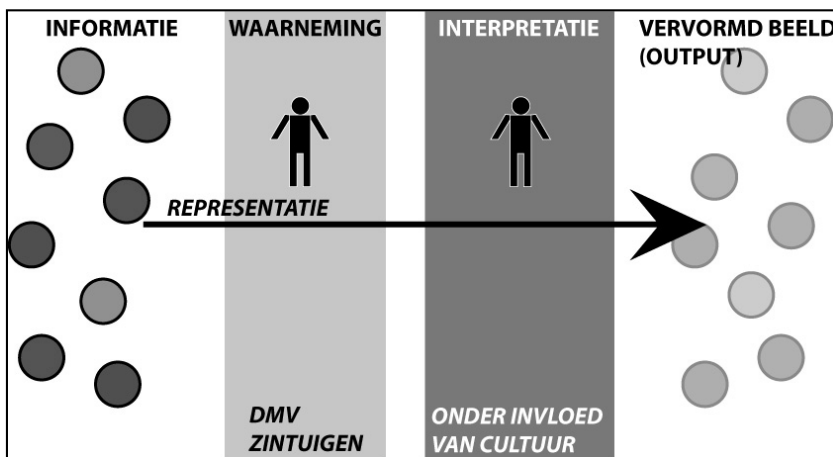
Woorden zijn een bekend voorbeeld van taal en volledig sociaal geconstrueerd. Het interpreteren van een geschreven tekst is mogelijk als de ontvanger zich eigen is in de cultuur waarin de tekst geschreven is. Een objectieve waarneming leidt tot het zien van letters en woorden. Hoe dit systeem uiteindelijk leidt tot een subjectief geïnterpreteerde tekst komt doordat de woorden en zinnen betekenis toegekend krijgen.

Teksten en woorden leiden tot associaties. Het gevaar voor de zender van de tekst is dat de associatie en interpretatie niet aansluit bij het doel, de intentie en het beeld dat de ontvanger vormt. Dit principe sluit aan op het constructionistische principe van Hall (1997) waarin zowel de zender als de ontvanger een belangrijke rol hebben.

2.9 Ontstaanswijze representaties

Representaties zijn een sociaal construct en ontstaan zodoende onder invloed van menselijke factoren. Volgens Knox en Marston (2007) vormen mensen beelden als een product van informatie van de echte wereld. Ze nemen het waar door middel van de zintuigen, filteren het vervolgens, waarderen het volgens hun aangeleerde culturele bagage en vormen vervolgens het uiteindelijke cognitieve beeld (figuur 3).

Figuur 3 | Conceptueel schema van de vorming van een beeld.



Bron: naar model van Knox en Marston (2007), figuur 6.5.

Een schijnbaar eenvoudig object als een kiezelsteen kan zo een hele bijzondere lading krijgen als hij op een bepaalde plaats, bijvoorbeeld een hoek van een perceel, wordt neergelegd. Er wordt aan de steen een bijzondere betekenis toegekend. Ons gebruik van dingen, en wat we er over denken, zeggen en voelen (oftewel: hoe we het representeren), zorgen ervoor dat we er betekenis aan toekennen.

Het uiteindelijke beeld wordt dus gecompileerd door middel van de individuele culturele bagage. Vervolgens wordt het gedrag van het individu weer beïnvloed door dat nieuw gevormde beeld. Cognitieve beelden zijn daardoor continu aan verandering onderhevig. Ze genereren nieuwe en verschillende cognitieve beelden. Het nieuwe bericht wordt geïnterpreteerd in de context van de al aanwezige kennis.

De signifier (het object, element) en de signified (het concept) vormen samen het teken dat een bericht overbrengt. De signified kan meerdere lagen bevatten; zo kan het voor de ene persoon iets 'gewoons' betekenen en voor de andere persoon iets 'typisch....' zijn. Zo volgen interpretaties weer op interpretaties; het is een kettingreactie.

De schaal en context zijn hierin een belangrijk element; van massacommunicatie tot interpersoonlijke communicatie, elke schaal heeft zo een eigen wijze van representeren. Massacommunicatie bestaat uit informatie die verspreid wordt via bijvoorbeeld populaire media zoals televisie, radio, films, kranten, tijdschriften en websites. Maar ook allerlei vormen van kunst kunnen onder de noemer massacommunicatie geschaard worden. Enkele voorbeelden van interpersoonlijke communicatie is bijvoorbeeld: face-to-face contact met familie en vrienden of het versturen van berichten via een privémedium, zoals bijvoorbeeld afgeschermd netwerkites.

2.10 Representaties van plaatsen

De in de voorgaande paragrafen genoemde voorbeelden van concepten van representaties worden onder andere gebruikt om beelden te communiceren van een bepaalde plek.

Holloway en Hubbard (2001) maken binnen dit kader onderscheid tussen een tweetal soorten van representaties:

- Een doelbewuste representatie met als doel iets te communiceren over een bepaalde plaats. Bijvoorbeeld een advertentie voor een vakantieplaats en een nieuwsitem over een bepaalde plek.
- En representaties die plekken gebruiken als achtergrond met als doel positieve of negatieve associaties met die plek te communiceren. Bijvoorbeeld advertenties die vers voedsel met het romantische en gezonde platteland (de rurale idylle) associëren.

In beide gevallen gebruikt de auteur van de representatie plaatsverbeelding voor een bepaalde en specifieke reden. Met de hoop dat de ontvanger (positief of negatief, volgens de wensen en ideeën van de zender) reageert op het beeld dat wordt gerepresenteerd.

Volgens Holloway en Hubbard (2001) hebben alle representaties de potentie om plaatsverbeelding te communiceren. Ook al is dat niet de intentie van de auteur die de representatie heeft gemaakt. Deze representaties zijn volgens Holloway en Hubbard belangrijk en verantwoordelijk voor het vormen van een betekenistoekenning aan een plaats door

individuen. Het kan het gedrag op de plaats beïnvloeden. De reflectieve manier van representeren van een plek heeft effect op hoe de plek verder gerepresenteerd wordt. De mediarepresentatie van een binnenstad die gevaarlijk is weerhoudt mensen ervan om daar naar toe te gaan en zorgt ervoor dat zij ook een bepaald beeld van die binnenstad gaan representeren. Hierdoor kan de publieke opinie gevormd worden tot iets wat door de media is ingezet en niet voor iedereen de waarheid hoeft te zijn. Misschien is de binnenstad voor heel veel mensen niet gevaarlijk, maar hoe komen ze daar achter als de beeldvorming al negatief is en ze er dus niet heen durven te gaan? Representaties zijn dus niet onschuldig en kunnen een onevenredige hoeveelheid schade berokkenen aan de sociale trots van de plaatselijke samenleving in vergelijking met andere, maar vergelijkbare, gebieden. Maar de stereotypering van een bepaald gebied kan ook een enorm negatieve invloed hebben op beslissingen die op economisch vlak genomen worden (Martis, 2005).

Als in de situatie van de representatie van de rurale idylle, moet men volgens Holloway en Hubbard de andere alternatieve, en niet dominante, representaties niet negeren. Bijvoorbeeld representaties die spreken over armoede en uitsluiting.

De massamedia speelt een cruciale rol in het creëren van een beeldvorming. De representaties die met behulp van de massamedia worden verspreid, hebben een groot en breed bereik en zijn daarom een machtig instrument.

Andere concepten die te relateren zijn aan representaties in de geografie en relevant voor dit onderzoek zijn place images, plaatspromotie en plaatsmarketing.

2.10.1 Place images

Avraham (2000) onderscheidt twee typen place images die in de media worden gerepresenteerd:

- Een rijke voorstelling;
- En 1-dimensionale voorstelling.

De rijke voorstelling wordt gekarakteriseerd door een beeld dat een brede variëteit aan onderwerpen heeft. Bijvoorbeeld politiek, economie, sociale gebeurtenissen en culturele ontwikkelingen.

Plaatsen die volgens een 1-dimensionale voorstelling in de media worden gerepresenteerd, krijgen alleen aandacht (en dus publicaties) als er een bepaalde gebeurtenis plaatsvindt zoals een ramp of criminaliteit.

Indien een plaats door de media gelabeld is alsof een bepaalde soort van activiteiten of gebeurtenissen plaatsvindt, wordt het een symbool van dergelijke gebeurtenissen. Hierdoor wordt er vervolgens voorbij gegaan aan andere gebeurtenissen (Avraham, 2000). Een stereotype beeld ontstaat vervolgens. Deze mythen kunnen langdurig en hardnekkig blijven bestaan. Het is voor steden lastig om over deze beeldvorming en stereotypering volledige controle te hebben. Public relations en promoties kunnen hierbij helpen.

Avraham (2000) onderscheidt 4 typen/patronen van (media)representaties van een plaats:

- Steden waarvan het grootste deel van de representaties negatief van aard is;
- Steden die worden genegeerd door de media tenzij ze in een negatieve context gedekt kunnen worden;

- Steden waarvan het grootste deel van de representaties positief van aard is;
- Steden die over het algemeen door de media genegeerd worden, maar als ze in de media genoemd worden een positieve representatie hebben.

Hierbij maakt Avraham ook onderscheidt tussen twee dimensies: natuurlijk en hoeveelheid (kwantiteit). De laatste refereert aan de hoeveelheid zichtbaarheid die een plaats in de media krijgt. De natuurlijke dimensie refereert naar de onderdelen die het meest besproken worden zoals bijvoorbeeld criminaliteit, armoede, cultuur of geweld, de wijze waarop de plaats in de berichten wordt beschreven, wie wordt er geciteerd, wat is de bron van de informatie, enzovoorts.

2.10.2 Plaatspromotie

Volgens Gold en War (1994, in Avraham, 2000, p368) is *place promotion* "het bewust gebruik maken van publiciteit en marketing om selectieve beelden van specifieke locaties of gebieden te communiceren naar een gericht publiek." Dit kan gedaan worden door middel van bijvoorbeeld advertenties, gerichte marketing, public relations en verkooppromoties.

De strekking van de promotie zal veelal inhouden dat het een goede plaats is. Met als doel om een positief beeld te creëren dat mensen aantrekt, investeerders aantrekt en vervolgens leidt tot toenemende investeringen.

2.10.3 Plaatsmarketing

Een concept dat aansluit op het hiervoor besproken plaatspromotie is plaatsmarketing. Plaatsmarketing is een strategie met als doel om de stad attractiever te maken voor bijvoorbeeld potentiële investeerders. Deze bewuste manipulatie en promotie van het beeld van de stad wordt veel toegepast getuige de vele marketingcampagnes voor steden en gebieden.

Volgens Avraham (2000) zijn er drie groepen te onderscheiden waarop de representaties van een plaats invloed hebben:

- Het publiek;
- De beleidsmakers;
- En de inwoners.

Voor het publiek is de representatie belangrijk om een keuze te maken over een veelvoud van onderwerpen zoals toerisme, investeringen, migratie of het oprichten van een bedrijf. Voor de beleidsmakers is de representatie afhankelijk van het toekennen van subsidies, opstellen van regels en wetgeving. Voor de inwoners wordt de relatie met andere inwoners (van andere steden) bepaald door de representatie. Dit valt te typeren als stereotypering.

2.11 Cognitie van landschappen

Landschappen zijn gevuld met betekenissen die door verschillende personen en groepen verschillend geïnterpreteerd kunnen worden (Knox en Marston, 2007). Om het landschap te interpreteren en te kunnen lezen is het nodig de taal waarin het is geschreven te begrijpen. Dan kan men de tekens en symbolen die het landschap maken ontcijferen. Het landschap is volgens Knox en Marston geschreven in een soort code. Deze code omvat tekens die onze

aandacht op bepaalde onderdelen vestigen en de aandacht van andere onderdelen weghaalt. Om de omgeving te kunnen interpreteren is het nodig te weten hoe de codes geïnterpreteerd moeten worden.

Tekens zijn ook verwerkt in het landschap en plaatsens. Er worden ter plekke signalen uitgezonden wat er op een bepaalde plek wel en niet kan. Wat je er mag doen, wie er mag komen, wat je er niet mag doen, enzovoorts.

Iedereen die dezelfde taal spreekt waarin het landschap is beschreven zal instinctief weten wat er wel en niet op die plek gedaan mag worden en hoe je er moet gedragen (volgens Cosgrove, 1988: de juiste gedragscodes). In het park mogen de eenden gevoerd worden, op het gras gepicknickt worden en mogen de kinderen rennen. Maar in de bomen mag niet geklommen worden en auto's zijn er niet welkom.

Volgens Cosgrove (1988) voeren alle landschappen symbolische betekenissen omdat alle landschappen menselijke producten zijn: vervormd of totaal gemaakt. De symbolen zijn het makkelijkst te lezen in totaal ontworpen gebieden zoals stedelijke landschappen.

2.12 Macht en landschappen

In bestaande landschappen is de expressie van de dominante cultuur of groep af te lezen. Deze bepaalt wat de inrichting is en wat men er volgens de afgesproken regels mag doen. De inrichting van regels sluit aan bij de herkenbaarheid van de gebruikers; de gesproken taal is hetzelfde. Een speelplaats mag bijvoorbeeld niet gebruikt worden als stortplek voor afval. De macht bepaalt en controleert hoe mensen zich op een bepaalde plek moeten gedragen. Dit gebeurt door middel van regels, normen, waarden en verwachtingen zoals ongeschreven wetten.

2.12.1 Plaatsgedrag

Het concept 'plaatsgedrag' maakt machtsverhoudingen op een plek zichtbaar. Holloway en Hubbard (2001) omschrijven plaatsgedrag als "mensen die zich op een bepaalde manier gedragen op een bepaalde plek omdat dat volgens de geldende cultuur (en de ideeën van perceptie en cognitie van het individu) daar bij aansluit". Een voorbeeld van dergelijk gedrag is het gebruik van graffiti; het communiceren en representeren van een territorium door middel van het inrichten van de (openbare) ruimte en daardoor aan te geven dat een plek voor bepaalde personen niet toegankelijk is en voor anderen weer wel.

De perceptie van een plek is bepalend in het vormen van het gedrag op de plek (Herbert (1993) in Holloway en Hubbard (2001)). De interpretatie daarvan is afhankelijk van de cultuur en subcultuur.

2.13 Relaties met het onderzoek

Representaties hebben alles te maken met cultuur. Ze worden gemaakt en geïnterpreteerd onder invloed van een cultureel systeem dat zorgt voor een gedeelde set van betekenissen.

Representaties komen veel voor in de geografie. Als er over een plek gesproken wordt, dan wordt die plek gerepresenteerd. Dit kan op een positieve manier plaatsvinden, maar ook een negatieve representatie is mogelijk. De beeldvorming die vervolgens ontstaat is een belangrijke bepalende factor hoe er 'over het algemeen' over een plek gedacht wordt.

In de casus van dit onderzoek, representaties van Vogelaarwijken, zullen vooral de hierboven behandelde concepten zoals macht en discours, het constructionistische systeem van Hall en de positie en rol van de massamedia terugkomen. Daarnaast zal er onderzocht worden hoe de representaties worden gemaakt, wat voor een beeldvorming er ontstaat en hoe de verschillende actoren dit ervaren. Dit binnen de theoretische context van representaties in de geografie.

Het volgende hoofdstuk beschrijft de casus waarbinnen dit onderzoek uitgevoerd gaat worden.

[H3] Inleiding casus

3.1 Introductie

Dit hoofdstuk gaat in op de casus die in dit onderzoek wordt onderzocht.

Allereerst wordt er in paragraaf 3.2 een inleiding gegeven op het begrip Vogelaarwijken en de daaraan gekoppelde definities. De volgende paragraaf (3.3) gaat in op de geografische afbakening. De laatste paragraaf, 3.4, zet de gebiedskenmerken van het onderzoeksgebied uiteen.

3.2 Inleiding op de Vogelaarwijken

Het onderzoeksthema van dit onderzoek is de representatie van Vogelaarwijken. Het begrip 'Vogelaarwijk' is begin 2007 geïntroduceerd door toenmalig programma-minister voor Wonen, Wijken en Integratie Ella Vogelaar.

Een Vogelaarwijk is een eufemisme voor een achterstandswijk en een wijk die op de lijst van 40 probleemwijken van Ella Vogelaar staat. Een achterstandswijk of probleemwijk is een algemeen gehanteerde term voor woonwijken met diverse sociale, economische en infrastructurele problemen. Tegenwoordig wordt er een overvloed aan verhullende termen voor de achterstandswijken bedacht. De titel probleem- en achterstandswijk benadrukt de negatieve kant van de wijk (ministerie van VROM, 2007), daarom spreekt men in bestuurlijke en ambtelijke kringen vaker in een eufemisme zoals aandachts- of krachtwijken. Andere, nog positievere voorbeelden daarvan zijn kanswijk en prachtwijk.

De Vogelaarwijk is een titel die in eerste instantie geen directe associatie oproept met een probleemwijk. Na de introductie van het begrip is er media-aandacht geweest die er voor heeft gezorgd dat er een beeldvorming rondom het begrip Vogelaarwijk is ontstaan.

De Vogelaarwijken zijn bepaald aan de hand van achttien objectieve indicatoren en consultaties met de gemeenten (Gent, 2009) en vallen onder het Grote Stedenbeleid van het ministerie van VROM.

In de aanpak van de Vogelaarwijken is een van de kernpunten dat er geïnvesteerd wordt in de inwoners van de wijken. Zij maken volgens Vogelaar de buurt. Het programma kent grofweg twee onderdelen: het verbeteren van de sociaaleconomische positie van individuen en het verbeteren van de leefbaarheid.

De bestuurlijke term van Vogelaarwijk is aandachtswijk. Begin 2007 is het rijksbeleid 'Actieplan Krachtwijken; Van Aandachtswijk naar Krachtwijk' door het ministerie van VROM ingevoerd "om wijken aan te duiden die de overheid vanwege voornamelijk sociaaleconomische problemen aanmerkt als stedelijke probleemgebieden." (Planbureau voor de Leefomgeving, 2008, p11). Het doel van dit actieplan is de kwaliteit van de wijken zodanig te verbeteren dat het krachtwijken worden.

3.3 Casus: Groningen

De 40 Vogelaarwijken liggen verspreid over Nederland (figuur 1). In de stad Groningen liggen

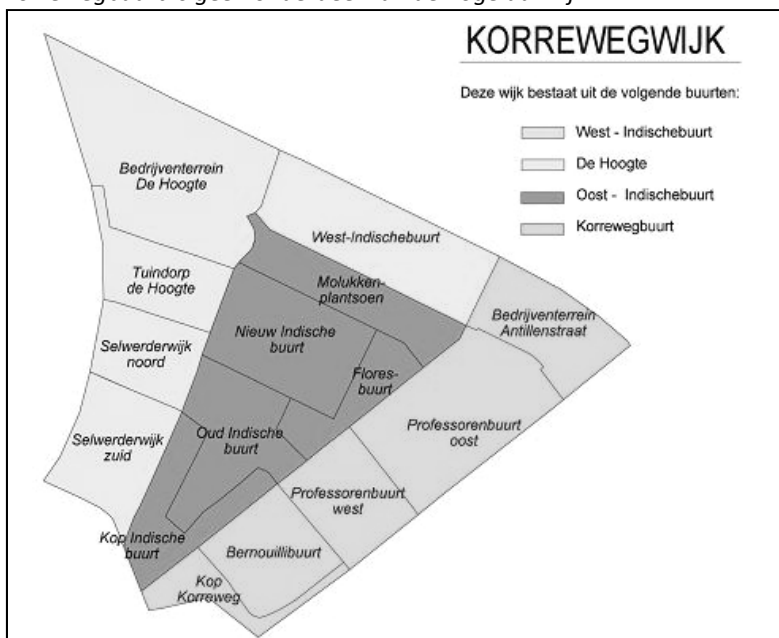
twee van de 40 wijken: de Korrewegwijk en De Hoogte. Deze wijken zijn als casus voor dit onderzoek ten behoeve van deelvraag 1 en 3 onderzocht.

Het is binnen de mogelijkheden van het onderzoek ondoenlijk om alle 40 Vogelaarwijken te onderzoeken. Aangezien deze twee Groninger wijken goed toegankelijk, goed 'gedocumenteerd' en goed bereikbaar zijn, is ervoor gekozen de Korrewegwijk en De Hoogte als casus te nemen. In een vervolgonderzoek waarbij andere wijken als uitgangspunt genomen kunnen worden, kunnen de uitkomsten uit dit onderzoek eventueel als hypothese dienen.

Door de wijken als casus te onderzoeken, kan er in dit onderzoek dieper op de deelvragen ingegaan worden.

De Hoogte en de Korrewegwijk staan op respectievelijk de 34^e en 76^e plek in de lijst van 83 probleembuurten van voormalig minister Vogelaar (Ministerie van VROM, Wonen, Wijken en integratie, 2009). Aangezien de wijken geografisch afgekaderd zijn op postcodegebied, bestaat de lijst uit 83 gebieden die in totaal 40 wijken vormen. De postcodegebieden van de lijst van Vogelaar waaronder de Korrewegwijk en De Hoogte vallen zijn respectievelijk postcode 9715 en 9716. Voor de Korrewegwijk betekent dat, dat niet de gehele wijk als probleemwijk wordt gezien. De scheiding loopt over de Korreweg; het gebied ten noordwesten daarvan valt onder de lijst van Vogelaar (figuur 4).

Figuur 4 | Onderverdeling buurten Korrewegwijk (geel, rood, groen) en De Hoogte (roze). De scheiding tussen de Korrewegwijk en De Hoogte is de Bedumerweg, de scheiding in de Korrewegwijk tussen postcode 9715 (Vogelaarwijk) en 9714 (geen Vogelaarwijk) loopt over de Korreweg. De Korrewegbuurt is geen onderdeel van de Vogelaarwijk.



Kaart: <http://www.korrewegwijk.nl/>

Na een eerdere introductie op de lijst van de 140 wijken met problemen van Winsemius in 2006, zijn de Korrewegwijk en De Hoogte eveneens op de lijst van Vogelaar geplaatst.

De wijkvernieuwing is al een langere tijd bezig; rond het jaar 1990 is deze begonnen in de West-Indischebuurt.

Volgens de Leefbaarheidmonitor van de gemeente Groningen (Onderzoek en Statistiek Groningen, 2010) neemt de waardering van de leefbaarheid in de buurt door de bewoners langzaam toe, maar is deze nog steeds niet hoog; de scores zijn nog altijd beneden het stedelijk gemiddelde. De gevoelens van onveiligheid zijn de laatste jaren afgenomen. Daarnaast zijn de bewoners redelijk tevreden over de voorzieningen in de wijk.

De twee wijken hebben een stedelijke uitstraling en liggen ten noorden van de binnenstad van Groningen. De bebouwing dateert deels van voor de Tweede Wereldoorlog. In beide wijken zijn de woningen gedateerd en woontechnisch aan vernieuwing toe (ministerie van VROM, 2010).

Vanaf 2002 is het wijkvernieuwingsbeleid van de gemeente Groningen gebaseerd op het Lokaal Akkoord. Daarop volgend is er in 2005 een plan opgesteld: het Sociaal Wijkvernieuwingsplan Korrewegwijk/De Hoogte. Vervolgens is er in 2007 voor elke wijk apart een wijkactieplan opgesteld in het kader van de aanwijzing als Vogelaarwijk. Dit wijkactieplan is opgemaakt in het kader van de wijkvernieuwing is getiteld 'Mooi Blijven Wonen' (Gemeente Groningen, 2007). Beide plannen kennen een sterke vergelijking in opbouw, inhoud en aanpak. De termen 'leefbaarheid', 'veilig', 'gezond', 'fijn', 'kansen', 'goed' enzovoorts worden in beide plannen regelmatig gebruikt.

3.4 Gebiedskenmerken casus

Volgens het Planbureau voor de Leefomgeving (2008) zijn de Korrewegwijk en de Hoogte in veel opzichten met elkaar te vergelijken. Het is mede daardoor voor dit onderzoek niet nodig om een direct onderscheid tussen de twee wijken te maken. In de dataverzameling is de postcode wel als variabele opgenomen. Hierdoor is de data beschikbaar voor verder onderzoek naar verschillen tussen de twee wijken.

In de Hoogte wonen ruim 3000 mensen, waarvan 15% student aan het hoger onderwijs is (HBO of WO). In het gedeelte van de Korrewegwijk dat een Vogelaarwijk is, wonen ruim 8000 mensen. Hiervan studeert 27% aan het hoger onderwijs. Zoals in tabel 1 is te zien, is het inkomen van het grootste deel van de inwoners laag, is het percentage sociale huurwoningen hoog, namelijk 77%, en wonen er gemiddeld minder autochtonen in de wijk dan gemiddeld in Nederland maar daarentegen meer dan in de gemiddelde Vogelaarwijk.

Deze gegevens zullen gebruikt worden om de validiteit van de steekproef te bepalen die voor deelvraag 3 gebruikt zal worden.

Tabel 1 | Gegevens De Hoogte en de Korrewegwijk.

	Korrewegwijk	De Hoogte	Gem. Vogelaarwijk (op postcode)
Postcode	9715	9716	-
Opp. Woonwijk (ha)	71	37	-
Aantal woningen (2008)	4325	1870	-
Dichtheid (won/ha) (2008)	61	51	-
Aandeel eengezinswoningen (%) (2008)	20,5	28,4	-
Inwoners (1-1-'09)	8200	3100	9327 ¹

Autochtonen (1-1-'09)	75%	70%	41% (NL=80%)
Westerse allochtonen (1-1-'09)	10%	9%	10% (NL=9%)
Totaal niet-westerse allochtonen (1-1-'09)	16%	21%	49% (NL=11%)
Aantal studenten hoger onderwijs (2008)	2180 (27%)	460 (15%)	507 ² (5%)
Laag inkomen³ (%) (2006)	72%	71%	59%
Midden inkomen³ (%) (2006)	24%	25%	32%
Hoog inkomen³ (%) (2006)	5%	4%	9%
Sociale huur (2008)	77%	77%	59% (NL=32%)
Koopwoningen (2008)	21%	21%	25% (NL=57%)

Bron: Planbureau voor de Leefomgeving (2008) en CBS (2010).

TOELICHTING:

¹= gemiddeld per postcode (83 postcodegebieden).

²= gemiddeld per postcode (83 postcodegebieden).

³= Aandeel huishoudens met een laag/midden/hoog inkomen. De categorie inkomen is bepaald aan de hand van de decielen voor Nederland. Decielen verdelen alle huishoudens in Nederland in 10 even grootte groepen op basis van hun gestandaardiseerd huishoudinkomen. De eerste vier decielen (40 procent van de huishoudens) vormen de groep met een laag inkomen. De volgende vier decielen vormen de groep met een midden inkomen en de laatste twee decielen vormen de groep met een hoog inkomen. (bron: CBS, 2010).

Ondanks het verschil tussen de Korrewegwijk en De Hoogte in het oppervlakte van de woonwijk, het aantal inwoners en de hoeveelheid woningen, zijn er in de karakteristieken van de populatie niet veel grote verschillen aanwezig die in de validiteit van het onderzoek voor een bias kunnen zorgen. Ten opzichte van de gemiddelde Vogelaarwijk in Nederland zijn er wel duidelijke verschillen waar te nemen (tabel 1, laatste kolom). Vooral in de bevolking naar herkomst (autochtonen en allochtonen) en de inkomens zijn significante verschillen aanwezig. Dit betekent dat de uitkomsten van dit onderzoek zeker niet 1-op-1 vertaald en geprojecteerd kunnen worden naar een willekeurige andere Vogelaarwijk.

Aansluitend op deze casusomschrijving wordt er in het volgende hoofdstuk verder ingegaan op de validiteit, representativiteit, betrouwbaarheid en de methoden en technieken die in dit onderzoek zijn toegepast.

[H4] Methoden en technieken

4.1 Introductie

Dit hoofdstuk beschrijft de methoden en technieken die in dit onderzoek zijn toegepast.

Paragraaf 4.2 gaat in op de verschillende actoren van deelvraag 1, paragraaf 4.3 beschrijft de methodologische afkadering van de media-analyse ten behoeve van deelvraag 2. Daarna volgt paragraaf 4.4 waarin de effectmeting van deelvraag 3 wordt beschreven.

De laatste paragraaf beschrijft de methodologische normen.

4.2 Actoren en hun representaties

De plannen van de Vogelaarwijken kennen een brede participatie; er werken ontzettend veel belanghebbende partijen mee om de projecten te laten slagen. Naast de overheidsinstellingen die het beleid maken werken onder andere woningbouwverenigingen, inwoners en maatschappelijke instellingen mee.

Volgens het ministerie van VROM, Wonen, Wijken en integratie (2007) is het uitgangspunt van het Actieplan Krachtwijken dat het de mensen zijn die de wijken maken. Daarom heeft “het kabinet de ambitie om samen met gemeenten, bewoners en de maatschappelijke organisaties en instellingen die in de wijken actief zijn de noodzakelijke voorwaarden te scheppen om de wijken binnen afzienbare tijd weer de weg omhoog te laten inslaan.” (VROM, 2007, p3) Zowel de gemeenten, bewoners en de maatschappelijke organisaties worden dus als belangrijke participerende actoren gezien. Dit zijn bijvoorbeeld woningcorporaties, politie, scholen, ondernemers en buurtbewoners.

Ten behoeve van deelvraag 1 wordt onderzocht wat de betrokken en belanghebbende partijen, de zogenaamde actoren, van de casus zijn en hoe zij hun beeld van de desbetreffende Vogelaarwijken representeren. De focus ligt hierbij op het materiaal dat verspreid wordt door en met behulp van breed toegankelijke media; zowel schrijvende (kranten, folders), beeldende (televisie) als websites. De fysieke representatie, zoals bijvoorbeeld het op een bepaalde manier inrichten van de leefomgeving, is niet onderzocht omdat er verderop in het onderzoek verder in wordt gegaan op de specifieke rol van de massamedia en de representaties daarin.

Als bron hiervoor zijn de wijkactieplannen genomen en het materiaal dat door de verschillende actoren wordt verspreid. Veel van de representaties zijn met behulp van het internet terug te vinden via de websites van de desbetreffende actoren en via de lokale tv-zender Omroep Organisatie Groningen (OOG TV).

De representaties die door de verschillende actoren worden verspreid, worden sterk gevormd door het uitgangspunt en de belangen van de betreffende actor. De discours speelt hier een belangrijke rol in en in de resultaten zal daarom ook een duidelijke verwijzing naar dit onderdeel van de theorie worden gemaakt. Maar ook de toegepaste methoden en technieken hebben een duidelijke verwijzing naar de theorie. Hierbij zal de inhoudelijke beantwoording van de vraag grotendeels descriptief zijn.

Omdat de verwachting is dat invloed van massamedia groot is op de beeldvorming van plekken, wordt hier bijzondere aandacht aan besteed. Deelvraag 1 is de opzet naar deelvraag 2

en 3 waarin er dieper op de rol van massamedia ingegaan wordt.

Om een overzicht van de actoren te houden is het nodig om ze onder te verdelen per soort actor. Er zijn drie hoofdsoorten actoren onderscheiden waarbinnen alle actoren geplaatst kunnen worden; de gebruiker van de wijk zoals inwoners en ondernemers, de beleidsmakende partijen zoals de gemeente en woningcorporaties, met daarbij behorend de adviserende partijen, en de faciliterende partijen die de uitvoering van het beleid faciliteren (tabel 2). Een scherpe grens tussen de actoren is niet te trekken; er zijn partijen die in meerdere hoofdgroepen zitting hebben. Daarnaast is de media als aparte partij benoemd.

Omdat er ontzettend veel actoren bij een dergelijk project betrokken zijn, is er gefocust op de beleidsmakers (de zogenoemde Kerngroep) en de bewoners. Deze twee actoren zullen in de beantwoording van deelvraag 3 ook weer terugkomen. De andere actoren kunnen de focus zijn van een aansluitend onderzoek waarin er bijvoorbeeld wordt ingegaan op de invloed van representaties op ondernemers.

Tabel 2 | Overzicht actoren.

Hoofdgroep (actor)	Subactor
Gebruikers	Bewoners
	Winkeliers, ondernemers
	Bezoekers (van winkels en bewoners)
	Scholieren (geen bewoners)
	<i>Alle partijen van de faciliterende groep</i>
Beleidsmakers actieplannen (Kerngroep)	Gemeente en overheden
	Woningcorporaties
Adviesorganisaties	-
Faciliterende organisaties	Scholen en onderwijsinstellingen
	(Wijk)verenigingen
	Woningcorporaties
	Politie, overheidsdiensten
	Maatschappelijke organisaties
Massamedia	<i>Televisie</i>
	<i>Radio</i>
	<i>Geschreven media</i>

4.3 Media-analyse

Deelvraag 2 gaat in op de representaties van Vogelaarwijken in de geschreven massamedia. De analyse van dit materiaal zal een overzicht geven van de meest gebruikte termen en associaties met de term Vogelaarwijk. Dit is een opstap tot het formuleren van hypothesen die vervolgens door middel van deelvraag 3 getoetst zullen worden.

Een media-analyse kan gebruikt worden om berichten te identificeren, te bepalen hoe deze berichten zijn vormgegeven en als analyse om te kijken of de beeldvorming rondom het bericht

verbeterd kan worden. Vooral de eerste twee onderdelen, identificatie en vormgeving, zijn in dit onderzoek de belangrijkste onderdelen.

De media-analyse wordt uitgevoerd volgens het systeem van Gould (2004). De stapsgewijze aanpak zorgt voor een duidelijke kadering van het onderwerp. Er wordt onder andere aandacht besteed aan het tijdvak, de classificatie, de schrijver en de context.

De analyse zal op teksten en woorden plaatsvinden en als bron wordt daarvoor de schrijvende massamedia genomen. Dit zijn nationale kranten en een lokale Groninger krant waarvan de archieven toegankelijk zijn via de databank van LexisNexis (tabel 3).

In de analyse is geen direct onderscheid gemaakt naar de 'gekleurdheid' van de media. Door voldoende materiaal te analyseren en voldoende verschillende kranten als bron te nemen, is er getracht een zo evenwichtig mogelijk beeld te genereren. In de analyse is de bron (krant) wel als variabele meegenomen. Hieruit zal blijken of er een (significant) verschil in berichtgeving per krant is.

Tabel 3 | Overzicht bronnen media-analyse.

AD/Algemeen Dagblad	NRC Handelsblad
Algemeen Nederlands Persbureau ANP	NRC NEXT
Agrarisch Dagblad	Het Parool
Dag	Reformatorisch Dagblad
Dagblad van het Noorden (regionaal)	Spits
Het Financieele Dagblad	De Telegraaf
Metro (NL)	Trouw
Nederlands Dagblad	De Volkskrant

Bron data: LexisNexis

Als zoekterm is 'Vogelaarwijk' gebruikt. Deze erg brede zoekterm heeft een enorme hoeveelheid aan artikelen opgeleverd: 288 stuks in landelijke kranten, 14 stuks in de lokale krant en 23 stuks die zijn uitgegeven door een persbureau. Uit deze hoeveelheid zijn vervolgens de artikelen gehaald waarin de term Vogelaarwijk een belangrijk onderdeel uitmaakt. Artikelen waarin de term Vogelaarwijk niet prominent genoemd wordt en dus alleen zijdelings benoemd is, zijn niet meegenomen in de tekstanalyse. Het onderwerp moet duidelijk te relateren en te associëren zijn met het begrip Vogelaarwijk. Artikelen waarin een passage voorkomt waarin Vogelaarwijk duidelijk wordt benoemd en waarbij de rest van het artikel los van de passage staat, zijn wel geanalyseerd. Een voorbeeld daarvan is de passage in het artikel "Daklozen zijn weg, hun problemen niet" in de Volkskrant van 21/4/2009: "Een transseksuele vrouw, die na hulpverlening in een woning in de Vogelaarwijk Zuilen is geplaatst, is daar deze maand weggepest.". Een andere variabele die snel aangeeft of de strekking van het stuk aansluit bij het begrip Vogelaarwijk is de titel van het stuk: staat er Vogelaarwijk (of een gerelateerd begrip/synoniem) in. Ook hoe vaak Vogelaarwijk of een synoniem is genoemd, geeft iets aan over de strekking van het bericht.

Een voorbeeld van een stuk dat geen sterke associatie met Vogelaarwijken heeft is bijvoorbeeld "Utrecht krijgt weer een eigen orkest" in de Volkskrant op 27/8/2009. In dit artikel

staat een korte passage waarin de term Vogelaarwijk in benoemd: “Het eerste concert geeft de Nieuwe Philharmonie Utrecht in Amersfoort op 1 oktober, de dag erop staat het orkest in het Cultuurhuis Stefanus in de Vogelaarwijk Overvecht voor een reeds uitverkocht schoolconcert. Het zal werk van Ravel en Stravinsky ter gehore brengen.”

Na de selectie volgens bovenstaande voorwaarden is er een totaal aantal artikelen van 8 stuks van de regionale krant, 13 stuks van het persbureau en 146 stuks van de landelijke kranten overgebleven die voor de verdere analyse worden gebruikt.

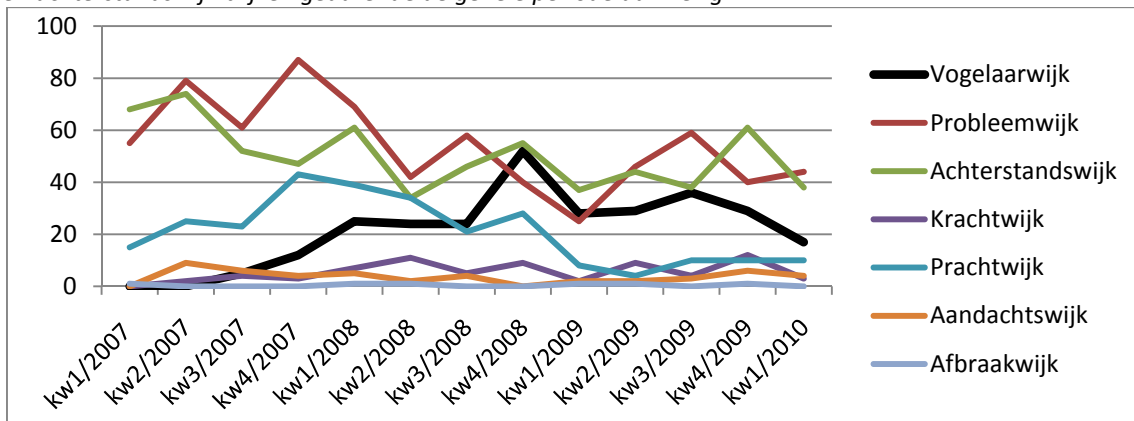
Zoals al eerder is vermeld, is het uitgangspunt van de analyse van representaties de term Vogelaarwijk. Er zijn in de massamedia echter ontzettend veel synoniemen voor Vogelaarwijk gebruikt; bijvoorbeeld krachtwijk, prachtwijk en probleemwijk. Deze termen geven, gezocht tezamen met Vogelaarwijk, een veelvoud van artikelen in de landelijke kranten in dezelfde periode van bijna 1500 stuks. Deze verbreding van de zoekterm levert meer materiaal op, maar zorgt ook voor een vertroebeling van de definitie en daardoor methodologische afbakening. Een probleemwijk is bijvoorbeeld niet per definitie een Vogelaarwijk. Andersom is dat wel het geval.

Enkele keren is er beeldmateriaal bij de artikelen gepubliceerd. Dit beeldmateriaal is niet in de analyse meegenomen en kan de basis vormen voor een analyse van gerepresenteerde beelden, tezamen met bijvoorbeeld televisiebeeld.

4.3.1 Tijdsperiode

Achterstandswijken zijn van alle tijden, maar het begrip Vogelaarwijk is pas begin 2007 geïntroduceerd. Op 26 maart is het eerste bericht in de geschreven media terug te vinden: “Er is teveel gekeken naar de grote steden, niet naar de verhouding” in de Gelderlander en “Verbazing en berusting over 'Vogelaarwijken'” eveneens in de Gelderlander van 27 maart. Daarop volgt een bericht op 31 maart in de Leeuwarder Courant: “Ik had een wijk vol Tokkies verwacht”. Deze artikelen zijn allemaal gepubliceerd in regionale of lokale kranten. Het eerste bericht in de landelijke media dateert van 2 juli 2007 in de Trouw: “Als je maar je best doet, kom je er dan wel?”. Vanaf het derde kwartaal van 2007 is er een gestage groei van het aantal artikelen met daarin het begrip Vogelaarwijken te herkennen (figuur 5).

Figuur 5 | Aantal artikelen waarin Vogelaarwijk en synoniemen zijn genoemd. Vanaf kwartaal 2, 2007, is er een sterke opkomst van het begrip Vogelaarwijk. Begrippen probleemwijk en achterstandswijk blijven gedurende de gehele periode aanwezig.

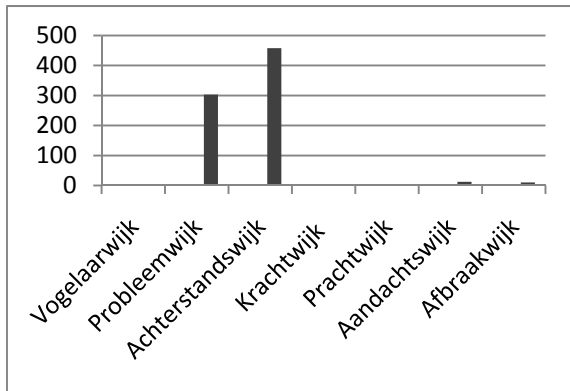


Bron data: LexisNexis

Voordat het begrip Vogelaarwijk werd geïntroduceerd, waren er al vergelijkbare lijsten opgesteld door minister Pieter Winsemius (2006, 140 wijken) en minister Henk Kamp (2003, 56 wijken). Deze wijken werden veelal betiteld als probleemwijken of achterstandswijken. In de periode 2003 tot en met 2006 zijn deze begrippen ook veelvuldig in de geschreven media gebruikt (zie figuur 6 en 7).

Figuur 6 | Meest voorkomende begrippen periode 2003 t/m 2006.

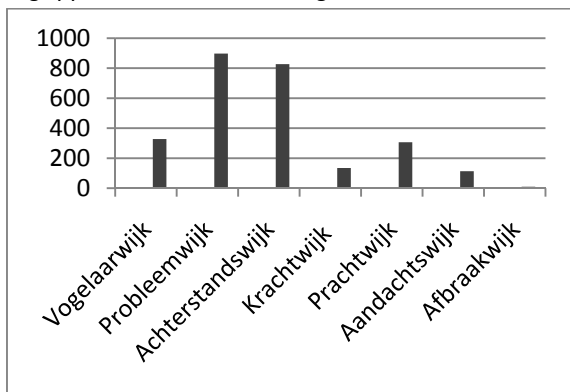
In deze periode worden het begrip probleemwijk en achterstadswijk het meest gebruikt.



Bron data: LexisNexis

Figuur 7 | Meest voorkomende begrippen periode 2007 tot heden.

In deze periode zijn er meerdere begrippen in opkomst gekomen. Vogelaarwijk en prachtwijk zijn begrippen die vaker worden gebruikt.



Bron data: LexisNexis

Omdat het begrip Vogelaarwijk actueel en waarschijnlijk algemeen bekend en gerepresenteerd is, wordt er binnen dit onderzoek daarop gericht. Dat betekent een tijdspanne van ongeveer 3 jaren, aangezien het begrip begin 2007 is geïntroduceerd. De associatie met het begrip zal in deze periode waarschijnlijk zijn verschoven. Het beantwoorden van deelvraag 2 zal daar meer inzicht in verschaffen. In de analyse is er daarom rekening gehouden met een variabele waarin de publicatiedatum als uitgangspunt is genomen.

De tijdsvakken die onderscheiden worden en zodoende onderzocht zullen worden:

- 2007; de introductie van het begrip Vogelaarwijken. Er is waarschijnlijk veel te doen geweest om het bekendmaken van de 'lijst van 40' van minister Vogelaar.
- 2008; het opstarten van de projecten. Daarnaast is er media-aandacht geweest met betrekking tot het bekendmaken van de rangschikking op de lijst.

- 2009; de eerste resultaten van de ingrepen in de Vogelaarwijken worden bekend. Er wordt gesproken over andere benamingen om van de negatieve associatie die het begrip Vogelaarwijken heeft af te komen. Daarnaast is er in november 2008 een opvolger van minister Ella Vogelaar geïnstalleerd: Eberhard van der Laan.

4.3.2 Coderen

Om eenduidige data te kunnen vergaren is het nodig om juiste codes aan de artikelen te koppelen. Deze codes zijn bepaald aan de hand van de artikelen. Elke code (en in ieder geval codegroep) dient exclusief te zijn en geen vage overlap met een ander code te hebben.

De hieronder staande lijst (tabel 4) dient een volledig systeem van codes te omvatten. Er mogen geen hiaten of gaten te ontstaan. Hierbij is het belangrijk dat dezelfde codeset keer op keer opnieuw gebruikt kan worden.

Tabel 4 | Codering artikelen Vogelaarwijk.

Codegroep	Deelcode	Indicatoren
Neutraal	Herstructurering/ aandacht	Het benoemen van een (aandachts)gebied zonder daarbij een positieve of negatieve strekking te geven.
	Multicultureel	Het benoeming van multiculturele samenleving zonder daarbij een positieve of negatieve strekking te geven. In de context van de Vogelaarwijk.
	Algemene voortgang	Het benoemen van de voortgang (van projecten). Geen duidelijke positieve of negatieve strekking.
Positief	Toekomst: kansen	Mogelijkheden, investeringen, toekomstperspectief, plannen (positief).
	Geen achterstand (algemeen)	Algemene benoeming zonder concrete voorbeelden (sociaal of fysiek). Eveneens: de wijk is normaal, als elke andere wijk.
	Voortgang: vooruitgang	Verbetering (na benoeming Vogelaarwijk). Bijvoorbeeld door concrete projecten te benoemen.
	Fysiek positief	Mooi, schoon, opgeruimd, netjes, bijzonder.
	Sociaal positief	Gezellig, vriendelijk, sociaal, bruisend, sociale samenhang, veilig.
Negatief	Toekomst: gevaren	Gevaren voor de toekomst.
	Achterstand (algemeen)	Algemene benoeming van 'achterstand' zonder concrete voorbeelden die onder 'probleem fysiek' of 'probleem sociaal' te plaatsen zijn. Problemen.
	Voortgang: achteruitgang	Verslechtering of in ieder geval geen verbetering na benoeming tot Vogelaarwijk. Dus nog steeds problematisch.
	Fysiek negatief (probleem)	Kapot, rommelig, vandalisme, troep, verloederd, vervallen.
	Sociaal negatief	Arm, asociaal, criminaliteit, overlast, onveilig.

	(problemen)	
Jaar	2007	
	2008	
	2009	
	2010	
Framing	Nieuwbericht	
	Kort nieuwsbericht	
	Opiniestuk	Opinie, lezersbrief, mening.
	Achtergrondartikel	Reportage, bijlage, achtergrond, een artikel dat niet primair over Vogelaarwijk gaat.
Bron	<i>Krant, volgens tabel 3</i>	

Door middel van de *indicatoren* in kolom drie wordt op een zo objectief mogelijke wijze bepaald welke deelcode en codegroep bij de desbetreffende alinea hoort.

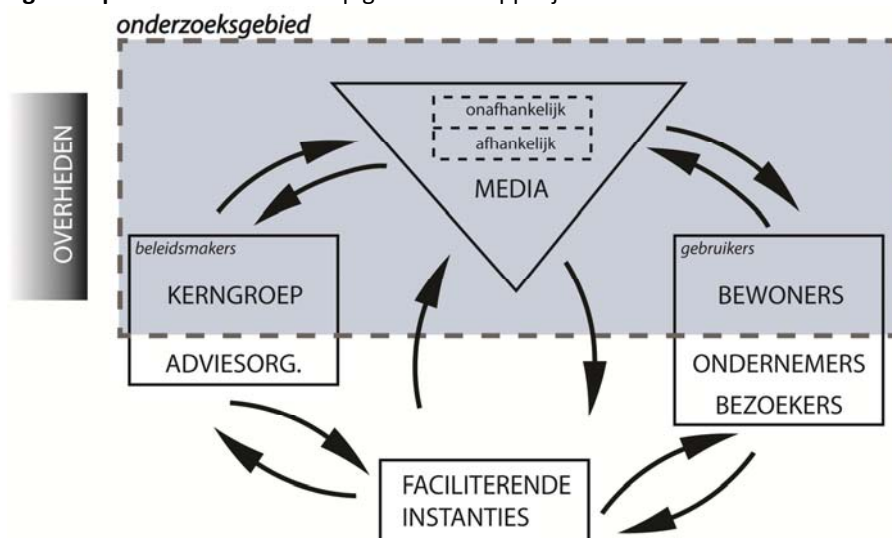
De tekstanalyse is uitgevoerd met het programma MAXQDA 10, een digitaal hulpmiddel voor kwalitatieve data-analyse. Dit programma maakt het mogelijk om gestructureerd grote hoeveelheden data te coderen, analyseren en managen.

In de bijlage 1 bij dit onderzoek is een overzicht gegeven van de geanalyseerde artikelen.

4.4 Effectonderzoek bewoners en Kerngroep

Deelvraag 3 onderzoekt de andere kant van deelvraag 2; hoe wordt een representatie vanuit de massamedia door de bewoners en beleidsmakers ervaren? Deze vraag volgt op de constructionistische theorie van Hall (1997), waarin de betekenis door de ontvanger wordt geconstrueerd en de rol daarvan niet ontkent mag worden. Er wordt daarom bij de twee grootste actoren onderzoek gedaan naar de ervaringen en interpretatie van de representaties van Vogelaarwijken in de massamedia. In figuur 8 is dit onderzoeksgebied in een schematisch model weergegeven.

Figuur 8 | Actoren en relaties op gemeenschappelijk niveau.



De afkadering van het onderzoeksgebied omvat de kerngroep (als beleidsmakers), de bewoners (als gebruikers) en de massamedia. Dit wordt onderzocht door middel van gestructureerde interviews die bij de desbetreffende actoren worden afgenomen. De interviews zijn als bijlage 2 (interview bewoners) en 3 (interview beleidsmakers) toegevoegd. De vragen die gesteld worden gaan in op de interpretatie en associatie van Vogelaarwijken en gerepresenteerde beelden daarvan.

Het uitgangspunt voor het onderzoek is de media-analyse. De uitkomsten van dat onderdeel vormen hypothesen voor het effectonderzoek onder de bewoners en beleidsmakers/kerngroep. In de conclusie zullen deze twee onderdelen samenkomen.

4.4.1 Dataverzameling

De onderzoekspopulatie is in paragraaf 3.4 beschreven. Deze gegevens vormen het uitgangspunt voor het selecteren van een juiste steekproef. Er wordt in dit onderzoek nadrukkelijk niet gezocht naar algemeen geldende wetten, maar naar een kwantitatieve onderlaag die uitgelegd en aangevuld wordt door middel van kwalitatieve gegevens. Daarom worden er gestructureerde interviews afgenomen, waardoor er beter inzicht wordt verkregen in de persoonlijke interpretaties en associaties van de respondent.

De interviews onder de bewoners zijn in de Korrewegwijk afgenomen. Elk interview heeft tussen de vijf minuten en vijftientig minuten geduurd. Van de in totaal twintig respondenten waren er drie op bezoek in de wijk. De variabelen zoals geslacht, leeftijd en soort respondent zijn binnen de totale steekproef normaal verdeeld. Ten opzichte van de gehele onderzoekspopulatie zijn er daarom ook geen afwijkingen. De trend van de verzamelde data geeft in grote lijnen een verzadigd beeld. Het interviewen van meer respondenten zal daarom vooral voor beter kwantitatief toetsbare gegevens zorgen, maar voor het gebruik van kwalitatieve data is het moment dat dataverzadiging optreedt een teken dat er in principe voldoende materiaal is verzameld.

Er zijn twee beleidsmakers van de Kerngroep afzonderlijk van elkaar geïnterviewd. Deze twee personen vormen tezamen met een derde persoon het dagelijks bestuur van de Kerngroep.

4.5 Methodologische normen

De betrouwbaarheid van een onderzoek is afhankelijk van de validiteit, juistheid en representativiteit van de toegepaste onderzoekstechnieken. Indien een andere onderzoeker hetzelfde onderzoek uitvoert, dan dienen de uitkomsten en resultaten vergelijkbaar te zijn met het voorgaande onderzoek.

In dit onderzoek is er gebruik gemaakt van een specifieke casus en dataverzameling bij respondenten. Een andere (maar vergelijkbare) casus zal zeer waarschijnlijk andere onderzoeksresultaten opleveren. Het heruitvoeren van dit onderzoek met dezelfde casus kan leiden tot andere uitkomsten aangezien het gerepresenteerde beeld van de respondent in nuance per moment en onderzoeker kan verschillen. Een interview waarbij door de onderzoeker goed wordt doorgevraagd naar wat de respondent bedoeld kan hierbij een bias grotendeels voorkomen. Deze kwalitatieve manier van dataverzamelen is in dit onderzoek veelal toegepast.

Voor kwantitatieve data, en in mindere mate kwalitatieve data, is een steekproef relevant. In dit onderzoek wordt de kwantitatieve data met vooral kwalitatieve data versterkt. Het toepassen van een juiste steekproef, en het zo voorkomen van een uitspraak die gedaan wordt met een 'scheve' of verkeerde steekproef, is daarvoor noodzakelijk.

Het aantal geanalyseerde krantenartikelen is groot genoeg om een representatief beeld voor de geschreven massamedia te genereren. Zeker de afkadering van het begrip Vogelaarwijk zorgt voor een duidelijke afbakening. Een vervolgonderzoek kan zich richten op andere vormen van representatie, zoals bijvoorbeeld via de televisie, en op andere associatieve begrippen zoals bijvoorbeeld probleemwijken of krachtwijken. Dit zal dan uiteindelijk voor het effectonderzoek ook aangepast moeten worden aangezien de toespitsing nu duidelijk op de term Vogelaarwijk ligt.

Het coderen van materiaal gaat altijd samen met enige subjectiviteit. Om deze subjectiviteit zoveel mogelijk uit te sluiten, is er een codelijst opgesteld met concrete begrippen en duidelijke indicatoren. De begrippen zijn gecodeerd en vervolgens onderverdeeld naar een associatie. Hierbij is de strekking van het artikel of de alinea eveneens gecodeerd.

[H5] Resultaten

5.1 Introductie

In dit hoofdstuk worden de resultaten van dit onderzoek behandeld. Dit gebeurt per deelvraag; elke paragraaf beschrijft de resultaten van het onderzoek naar de deelvraag. In het volgende hoofdstuk, conclusies, worden de resultaten met elkaar vergeleken en de onderzoeksvragen beantwoord.

5.2 Overzicht actoren casus en hun representaties

Deelvraag 1 onderzoekt de betrokken actoren en hun representaties. De resultaten daarvan geven de inleiding op de daarop volgende deelvragen.

De integrale aanpak van de aandachtswijken heeft ertoe geleid dat er ontzettend veel actoren bij de wijkvernieuwingsprocessen betrokken worden. Omdat het te ver gaat om alle actoren inhoudelijk te bespreken, is er een overzicht van de actoren en actorgroepen in bijlage 4 gegeven.

Elke actor heeft zijn eigen doelstellingen en aanpak. Deze sluiten aan op de doelgroep die de actor voor ogen heeft. Het beleid wordt daar specifiek op afgestemd; de Kamer van Koophandel zet zich in voor de ondernemers, Vrouwencentrum Jasmijn voor vrouwen met verschillende achtergronden en culturen en Wooncorporatie Lefier voor een goede buurt met daarbij de nadruk op de mensen die niet zelfstandig voor woonruimte kunnen zorgen.

De verschillende instanties hebben regelmatig contact met elkaar. Hierdoor kunnen ze hun beleid op elkaar afstemmen en elk hun eigen specifieke onderdeel goed afbakenen. Deze overleggen vinden gestructureerd plaats in diverse overlegstructuren. Bovenaan de organisatiestructuur staat de Kerngroep; dit is een team dat bestaat uit beleidsmakers vanuit de gemeente en de twee woningcorporaties die in de Vogelaarwijken actief zijn. De Kerngroep krijgt input vanuit allerlei adviserende en wetgevende partijen zoals adviesbureaus, maatschappelijke organisaties en overheden.

De inwoners van de wijken worden ook actief betrokken bij de wijkvernieuwingsprojecten. Dit gebeurt met behulp van verschillende in de wijk actief zijnde faciliterende organisaties en verenigingen. Maar ook in diverse klankbordgroepen die door de kerngroep worden aangestuurd zitten bewoners. Daarnaast worden er regelmatig evenementen georganiseerd waaraan de wijkbewoners actief deel kunnen nemen. Een voorbeeld hiervan is de wijkstemdag waarbij de bewoners kunnen stemmen op de door hun zelf geïnitieerde projecten.

5.2.1 Onderverdeling actoren

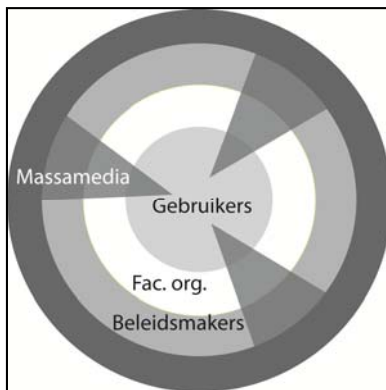
De belanghebbende actoren zijn onder te verdelen in groepen die in grote lijnen hetzelfde doel of soort doelgroep voor ogen hebben. Deze worden in bijlage 4 de hoofdgroepen genoemd en zijn:

- De gebruikers;
- Beleidsmakers wijkactieplannen (kerngroep);
- Adviesorganisaties (niet direct faciliterend of actief in de wijk);
- Faciliterende organisaties (direct actief in de wijk).

Het positioneren van actoren in deze onderverdeling is niet altijd even goed te doen. Er zijn

veel wisselwerkingen tussen de verschillende hoofdgroepen aanwezig en zodoende zijn er ook actoren in meerdere hoofdgroepen actief. Een scherpe scheidslijn is daarom ook niet te trekken. In een schematisch organisatiemodel kunnen de gebruikers (als doelgroep) in het midden worden geplaatst, de faciliterende organisaties daarbuiten en weer daarbuiten, als buitenste laag, de beleidsmakers en adviesorganisaties. Tussen de verschillende schijven is elke interactie mogelijk. De massamedia heeft als externe factor invloed op alle schijven. In figuur 9 is dit in een grafisch model weergegeven.

Figuur 9 | Schematisch organisatiemodel actoren Vogelaarwijken.



Door middel van de beleidsmakers en de wijkactieplannen worden de actoren op een strategische manier ingezet. Hierbij wordt getracht de doelgroep te bereiken door middel van de massamedia, folders en strategische personen, de zogenoemde 'gatekeepers'. De actoren die een specifieke en kleine doelgroep hebben gaan daarin anders te werk dan actoren die een grote en 'algemene' doelgroep als doel hebben.

5.2.2 Representaties door de actoren

De hiervoor benoemde verschillende actoren representeren beelden van de Vogelaarwijken. Dit gebeurt elk op een eigen wijze die bij de doelgroep aansluit. De organisatie die een kleine doelgroep heeft, benadert deze vaak via mondelinge communicatie. De organisatie die een grotere doelgroep heeft, maakt veelal gebruik van diverse media. Hieronder worden de hoofdgroepen en hun methoden en technieken van het representeren van materiaal over de Vogelaarwijken kort besproken.

5.2.2.1 De gebruikers

Bewoners uiten hun beeld van hun wijk niet vaak via een openbaar medium. Op het internet zijn wel enkele websites te vinden waarin over de wijk gesproken wordt. Bijvoorbeeld op de site van het Bernoulliplein "Het Bernoulliplein is weliswaar een statige dame van ruim 75, maar toch bruist het er nog steeds. Ook kan het Bernoulliplein terug zien op een rijke geschiedenis en een even rijke architectuur." (Bernoulliplein.nl, 2010). Of via de Hyves-pagina van de Korrewegwijk: "Voor iedereen die in de leukste wijk van Groningen woont, dagelijks over de Korreweg fietst of Korreweg minded is! Studenten, oudjes, allochtonen, het drukste fietspad van Europa, doorkruist door de Champs Elysees van Groningen en niet te vergeten de Jumbo; de Korrewegwijk heeft alles!" (Hyves Korrewegwijk, 2010). De website Weblog

Semarang (2010), een weblog over de Semarangstraat - Nieuw Indische buurt, geeft vooral informatie over de voortgang van (wijkvernieuwing)projecten.

Deze websites proberen vooral de positieve aspecten van de wijk te benadrukken waarbij er bewust en onbewust gebruik wordt gemaakt van het concept plaatspromotie. Het gaat hierbij voornamelijk om het informeren van de (direct) betrokkenen; er is nauwelijks sprake van gerichte marketing of commerciële doelstellingen.

Via Stadjerstv en het programma KLEI op OOG TV komen de bewoners aan het woord over projecten die ze uitvoeren. Hierbij is de strekking duidelijk dat het om de voortgang van de wijkvernieuwingsprojecten gaat. Volgens de website van KLEI op OOG TV (2010) is de inhoud van het programma: "In de Korrewegwijk en De Hoogte staat van alles te gebeuren op het gebied van wijkvernieuwing. Allerlei plannen en projecten passeren de revue". De naam van het programma, KLEI, verwijst naar samenhang en het bovenliggend doel: een sociale samenhang onder de inwoners van de wijk.

Eén van de doelen van Stadjerstv is "Het negatieve beeld dat er bestaat over deze 2 wijken bij zowel bewoners van de wijken als overige stadbewoners nuanceren, en de betrokkenheid van jongeren bij hun wijk vergroten." (Gemeente Groningen, 2008, p11). Hierbij wordt er dus duidelijk ingezet op een verbetering van het beeld en de representaties daarvan.

Zowel KLEI als Stadjerstv probeert het gerepresenteerde beeld van de plek (place image) te verbeteren en is direct gericht op de bewoners van de Vogelaarwijken. De strekking van de inhoud en de representaties in de programma's zijn overwegend positief van aard en proberen zodoende een tegenwicht te creëren tegen de veelal negatieve berichtgeving in de massamedia.

De ondernemers en winkeliers representeren niet tot nauwelijks beelden over Vogelaarwijk, probleemwijk of achterstandswijk. Vanuit het de actieplannen van de twee wijken kan wel opgemaakt worden dat er activiteiten zijn om klein-ondernemerschap te bevorderen.

5.2.2.2 Beleidsmakers actieplannen

De beleidsmakers staan aan de top van het organisatiemodel van de wijkvernieuwingsplannen en verspreiden met behulp van faciliterende organisaties folders, flyers, posters en boekjes van het project 'Mooi Blijven Wonen' (zie figuur 10). Dit project is de officiële naam van de wijkvernieuwing van de Korrewegwijk en De Hoogte en probeert door middel van kleurrijk beeldmateriaal "identity als bindmiddel" (Groninger Ontwerpers, 2010) te creëren. Het grafisch ontwerp bureau Groninger Ontwerpers is gevraagd om hiervoor een herkenbare projectstijl te ontwikkelen die de samenhang tussen de vele initiatieven in de wijken zichtbaar maakt en zo de bewonersparticipatie verhoogt. Het concept van het beeld wordt als volgt omschreven: "Het karakter van beide wijken en de huiselijkheid van het wonen, hebben we gecombineerd in een traditioneel wandtegeltje" (Groninger Ontwerper). Het object wandtegeltje kan in deze context gezien worden als een signifier en het concept achter de boodschap als signified. Deze twee onderdelen zijn hierin heel erg duidelijk met elkaar gekoppeld; de vorm en de boodschap zijn één onderdeel en kunnen niet los van elkaar gezien worden.

Ook de uitzendingen van KLEI op OOG TV zijn een onderdeel van het project Mooi blijven Wonen. Zoals al eerder besproken komen hier vooral de gebruikers aan het woord.

Figuur 10 | Het beeldmerk van het project Mooi Blijven Wonen.



Vooruitlopend op de conclusie kan geconcludeerd worden dat de associaties die de producten van het project Mooi Blijven Wonen op moeten roepen zijn afgestemd op de doelgroep; de gekozen concepten en tekens sluiten aan bij het ‘volkse’ karakter van de buurt. Op deze manier probeert de Kerngroep volgens de constructionistische theorie van Hall (1997) een juiste afstemming te vinden tussen het beeld dat zij willen representeren en de rol van de ontvanger. De Kerngroep kan gezien worden als de machthebbende discours van de Vogelaarwijken. Door middel van het verspreiden van producten zoals folders en televisieprogramma’s probeert de discours de machthebbende positie te versterken. Het verspreiden van positieve beelden heeft als doel het gerepresenteerde beeld van de plek positief te houden en te maken. Hierbij wordt identiteit als bindmiddel gebruikt en wordt er (indirect) gereageerd op het gerepresenteerde beeld in de machtige massamedia.

In de paragraaf 5.5 wordt er verder ingegaan op de Kerngroep.

5.2.2.3 Adviesorganisaties (niet direct faciliterend of actief in de wijk)

De adviesorganisaties bevinden zich meestal op de achtergrond en zijn alleen op beleidsmatig vlak werkzaam. Daarom representeren zij ook nauwelijks beelden naar de buitenwereld. Hun adviezen worden door de Kerngroep verwerkt in de wijkactieplannen. Vanwege deze ondergeschiktheid binnen het kader van de representaties, wordt deze hoofdgroep hier niet verder besproken.

5.2.2.4 Faciliterende organisaties (direct actief in de wijk)

Websites van (buurt)verenigingen gaan bijna nooit inhoudelijk in op problemen die in de wijk spelen. Er worden wel veel handreikingen gedaan aan hulpbehoevenden doordat er bijvoorbeeld contactgegevens van desbetreffende instanties op de websites worden vermeld. Het zijn zodoende verzamelpunten van informatie, maar ze representeren niet direct een krachtig beeld van de wijk en zijn zodoende te vergelijken met een vermelding die in de telefoongids staat.

Op de website van Voetbal Vereniging Korreweg valt wel te lezen dat het een gezellige volksclub is (Voetbal Vereniging Korreweg, 2010). Deze betiteling bevat een code die door delers van eenzelfde cultuur als ‘sociaal positief’ ervaren kunnen worden.

Een bijzonder initiatief is het project *Stee in Stad* wat logeren in de Korrewegwijk inhoudt. Termen die op de website van het project naar voren komen zijn: krachtwijk, bijstandsniveau, ondernemend karakter (Stee in Stad, 2010). Dit sluit aan bij het doel dat ze hebben: “Stee in

Stad wil bijdragen aan de ontwikkeling van krachtwijk naar prachtwijk, waar steeds meer mensen werken, prettig wonen en trots zijn op hun wijk. Hoe? Door mogelijkheden van mensen en hun omgeving te verbinden. Door de verhalen van de buurt en bewoners te vertellen en te laten zien. Door mogelijkheden te bieden aan mensen zonder werk om actief te worden als vrijwilliger, werkervaring op te doen of zich te kwalificeren.” Beeldvorming is een belangrijk onderdeel binnen dit project; het gaat over binding, trots zijn en verhalen vertellen en te laten zien. Het project wordt als methode gebruikt om een positief beeld te representeren. Hierbij spelen de media, een projectwebsite en nieuwsberichten in de massamedia een grote rol. Het concept plaatspromotie sluit hierbij aan en wordt gebruikt om een tweetal beelden te representeren: het prettig wonen en een wijk die in ontwikkeling is. Deze doelbewuste representatie gaat dus niet alleen in op het positieve beeld; ‘fijn wonen’, maar ook op een andere karakteristiek van de wijk; ‘een gebied in transitie’. De eigenzinnige identiteit is hierbij het uitgangspunt en marketingconcept.

5.3 Representaties door massamedia

Naast de hierboven genoemde actoren, worden er ook regelmatig beelden met behulp van en door de massamedia verspreid. Deelvraag 2 gaat hierop in. Massamedia heeft een brede doelgroep en zodoende een groot bereik. De onderstaande analyse geeft inzicht in de manier waarop nieuwsbladen beelden van Vogelaarwijken representeren.

5.3.1 Overzicht associaties

Van de 167 geanalyseerde krantenartikelen is in 131 gevallen een negatieve associatie aanwezig en in 130 gevallen een positieve of neutrale associatie. Dit betekent dat er in artikelen meerdere associaties voor kunnen komen.

In tabel 5 is een overzicht gegeven van de associaties per bron. Hieruit komt naar voren dat in zowel de landelijke als lokale kranten de negatieve associatie het meest aanwezig is; in 52% en 45% van alle associaties is de tendens negatief. De artikelen van het persbureau hebben daarentegen het vaakst een neutrale associatie. Een verklaring hiervoor kan zijn, is dat dit vaak persberichten zijn van bij de Vogelaarwijken betrokken actoren zoals het Ministerie van VROM of Wonen Werk en Inkomen (WWI) die een niet te negatief beeld, maar liever een neutrale of positieve associatie willen representeren. Het gaat hierbij vaak om het benoemen van de voortgang van projecten met daarbij de nadruk op de algemene voortgang en dus zonder een directe positief- of negatief verband te leggen.

Tabel 5 | Totalen associaties (in codegroep), onderverdeeld per bronsoort.

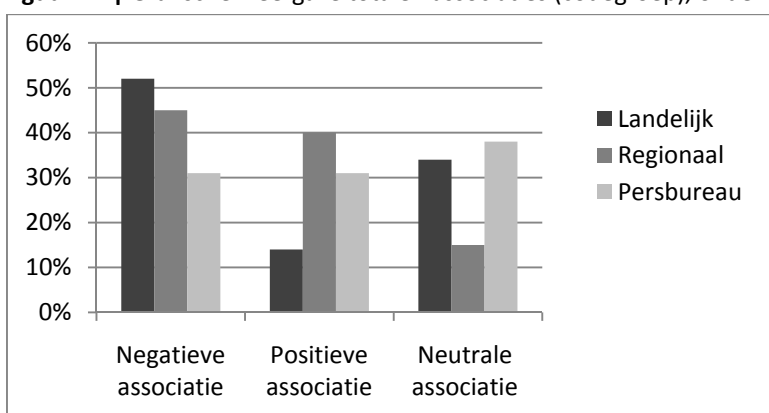
<i>Associatie</i> <i>Bron</i>	Negatieve associatie	Positieve associatie	Neutrale associatie	Totaal associatie
Landelijk	117 (52%)	31 (14%)	77 (34%)	225 (100%)
Regionaal	9 (45%)	8 (40%)	3 (15%)	20 (100%)
Persbureau	5 (31%)	5 (31%)	6 (38%)	16 (100%)
Totaal bron	131 (50%)	44 (17%)	86 (33%)	261 (100%)

De totalen geven een vergelijkend beeld met de landelijke kranten. Dit wordt grotendeels

veroorzaakt door de grote vertegenwoordiging van geanalyseerde artikelen uit landelijke kranten. Ten opzichte van de totalen springt de positieve associatie van de regionale kranten er uit; 40% tegenover 17% gemiddeld en 14% in de landelijke kranten. Dat wordt voornamelijk veroorzaakt door het benoemen van de verbetering in de Groninger Vogelaarwijken. De vooruitgang, die vaak gekoppeld wordt aan de projecten van Mooi Blijven Wonen, voert in de regionale artikelen vaker de boventoon dan in de landelijke artikelen. Deze artikelen spelen vanaf 2009; in 2008 was de strekking vaker negatief dan positief of neutraal.

In figuur 11 is door middel van een grafiek grafisch weergegeven wat de totalen per bron zijn. Hieruit valt eveneens op te maken dat er vooral een groot verschil zit in de positieve associaties tussen de regionale en landelijke kranten. De artikelen van het persbureau geven een evenwichtige verspreiding over de drie associaties.

Figuur 11 | Grafische weergave totalen associaties (codegroep), onderverdeeld per bronsoort.



In het overzicht in tabel 6 staan de meest genoemde deelcodes vermeld, met daarbij in percentage de hoeveelheid binnen de codegroep uit tabel 5. Hieruit valt op te maken dat de deelcode 'achterstand (algemeen)' en 'sociaal negatief (probleem)' het vaakst worden genoemd als negatieve associatie en 'voortgang: vooruitgang' als positieve associatie. Bij de neutrale associatie is het beeld wisselend.

Tabel 6 | Meest genoemde code, onderverdeeld per bron en associatie.

Percentages naar totaal codegroep associatie tabel 5.

Jaar	Associatie	Negatieve associatie	Positieve associatie	Neutrale associatie	Totaal
Landelijke	Achterstand (algemeen)		Voortgang: vooruitgang	Multicultureel	
	aantal	71 (61%)	12 (39%)	35 (15%)	118 (52%)
Regionaal	Sociaal negatief (probleem)		Voortgang: vooruitgang	Algemene voortgang	
	aantal	8 (89%)	5 (62%)	2 (10%)	15 (75%)
Persbureau	Sociaal negatief (probleem)		Voortgang: vooruitgang	Herstructurering/aandacht	
	aantal	3 (60%)	2 (40%)	3 (19%)	8 (50%)

Fysieke problemen zoals kapot, rommelig, vandalisme, troep, verloederd en vervallen worden in 10 van de 131 negatieve codes genoemd. Dit sluit aan bij de beleidsteksten waarin vooral gesproken wordt over de sociale problemen die spelen en het vooruitstrevend bezig zijn ten opzichte van de klassieke stadsvernieuwing waarin de fysieke herstructurering wel centraal stond. In de artikelen waar wel gesproken wordt over fysieke problemen, wordt vooral geschreven over renovatieprojecten. De artikelen die schrijven over sociale problemen gaan in op thema's als de criminaliteit, werkloosheid, armoede en onveiligheid.

Algemene achterstand en algemene vooruitgang worden het vaakst in de landelijke kranten benoemd. Het gaat in deze gevallen veelal over het benoemen van een Vogelaarwijk in algemene termen. Wat betreft de achterstand zijn termen als 'slechte wijk', 'structurele problemen' en 'berucht' vaak benoemd. In de twaalf keer dat er over vooruitgang geschreven is, is dat gedaan door projecten in het algemeen te benoemen. Dit is de trend voor zowel de landelijke als de regionale kranten.

5.3.2 Verloop associaties per jaar

Het begrip Vogelaarwijk is begin 2007 geïntroduceerd. Zoals al in het hoofdstuk Methoden en technieken is benoemd, is er een trend te ontdekken in de aantal keren dat het begrip in krantenartikelen is gebruikt. In tabel 7 is te zien dat er ook een verloop aanwezig is in de soort associatie. De berichtgeving omtrent Vogelaarwijken is pas in de tweede helft van 2007 op gang gekomen. In 2008 lag het hoogtepunt in het aantal publicaties.

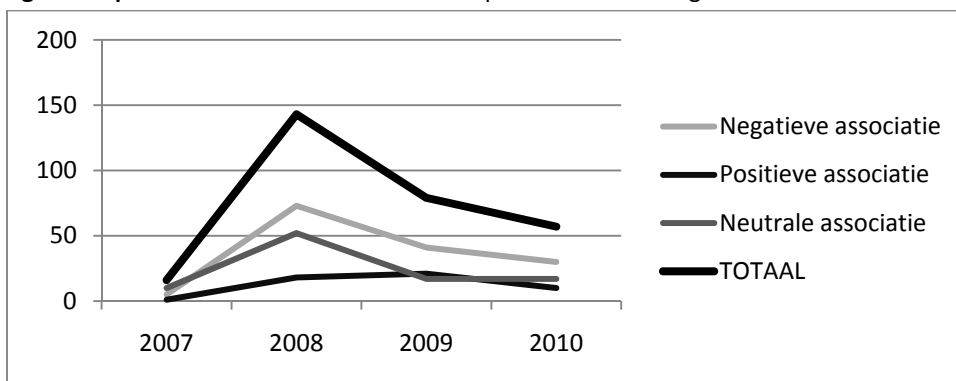
In kwartaal 4 van 2008 was er een piek in de berichtgeving. Deze toename valt te verklaren door de berichtgeving over het bekendmaken van het rangschikken van 40 wijken. Deze piek valt in figuur 12 duidelijk te onderscheiden. In de daarop volgende jaren is een gestage en geleidelijke afname van de benoeming van Vogelaarwijken in artikelen te zien.

Tabel 7 | Overzicht van het verloop en de veranderingen in associaties in de kernperiode.

<i>Associatie</i>	Negatieve associatie	Positieve associatie	Neutrale associatie	Totaal
Jaar				
2010 <i>(1^e kwart)</i>	12 (52%)	4 (17%)	7 (30%)	23 (100%)
2010 <i>gewogen</i>	30 (52%)	10 (17%)	17 (30%)	57 (100%)
2009	41 (52%)	21 (27%)	17 (22%)	79 (100%)
2008	73 (51%)	18 (13%)	52 (36%)	143 (100%)
2007	5 (31%)	1 (1%)	10 (63%)	16 (100%)

De analyse van het jaar 2010 bestaat uit vijf van de twaalf maanden. Indien dit lopende jaar wordt omgerekend naar een volledig jaar, dan valt te zien dat de afnemende trend die vanaf het derde kwartaal van 2009 is ingezet, wordt doorgezet. Dit resulteert zeer waarschijnlijk in een verdere afname van het gebruik van het begrip Vogelaarwijk. In figuur 12 is dit grafisch weergegeven.

Figuur 12 | Grafisch overzicht van het verloop en de veranderingen in associaties in de kernperiode.



De aantallen onderverdeeld naar associatie volgen grotendeels een gelijke trend met het totaalbeeld, alleen de positieve associatie heeft een afwijkende lijn. Dit kan verklaard worden doordat er steeds meer aandacht is voor de positieve uitkomsten van de wijkvernieuwingsplannen. De trend dat er meer artikelen een positieve strekking hebben gaat ten koste van de neutrale strekking. Het is de vraag of deze trend zich in 2010 doorzet.

5.3.3 Verbanden

Naast de verdeling van de associaties per artikel zoals hierboven is besproken, is er nog een tweetal combinaties van variabelen interessant om te benoemen. De eerste is het onderscheid tussen populaire- en kwaliteitskranten, de tweede is het verschil tussen een nieuwsbericht en achtergrondartikel.

Zowel de populaire- als kwaliteitskranten (volgens Bakker & Scholten, 2009) schrijven het vaakst met een negatieve associatie. Dit is in gelijke trend met het totaal van de landelijke kranten. In tabel 8 zijn de aantallen associaties uiteen gezet. De populaire kranten hebben ten opzichte van de kwaliteitskranten vaker een artikel met een negatieve associatie, vaker een positieve associatie en minder vaak een neutrale associatie. Ten opzichte van de landelijke trend is deze afwijking even groot, aangezien de hoeveelheden soorten associaties van de kwaliteitskranten overeenkomen met de landelijke hoeveelheden. De trends worden wel enigszins genivelleerd door het verschil in aantal publicaties in de populaire- en kwaliteitskranten; er wordt aanmerkelijk vaker in kwaliteitskranten gepubliceerd over Vogelaarwijken dan in de populaire kranten.

Tabel 8 | Verschil populaire kranten¹, kwaliteitskranten² en landelijk.

Associatie	Negatieve associatie	Positieve associatie	Neutrale associatie	Totaal
Bron				
Populair	18 (60%)	5 (17%)	7 (23%)	30 (100%)
Kwaliteit	69 (52%)	14 (11%)	49 (37%)	132 (100%)
Landelijk	117 (52%)	31 (14%)	77 (34%)	225 (100%)

¹ = Telegraaf, AD, Spits, Metro, DAG.

² = NRC Handelsblad, Trouw, Volkskrant.

Nieuwsberichten zijn vaak kort en gaan minder diep op het onderwerp in dan achtergrondartikelen. In de media-analyse is onderscheid gemaakt tussen het soort artikel. In tabel 9 is te zien dat de achtergrondartikelen grotendeels de trend van de landelijke artikelen volgt. Enige afwijking is te ontdekken in de positieve associatie; nieuwsberichten schrijven vaker dan achtergrondartikelen en vaker dan het landelijke gemiddelde met een positieve associatie. Daarentegen hebben de achtergrondartikelen vaker een neutrale associatie dan de nieuwsberichten en het landelijke gemiddelde. Dit valt waarschijnlijk te verklaren door de uitgebreidere mogelijkheden die een achtergrondartikel ten opzichte van een nieuwsartikel heeft. Daarnaast zal een achtergrondartikel eerder dieper op het onderwerp ingaan waarbij er meer aandacht wordt besteed aan een uitgebreidere, meer volledige en daardoor waarschijnlijk objectievere en neutralere beschrijving.

Tabel 9 | Verschil nieuwsbericht en achtergrondartikel.

Associatie	Negatieve	Positieve	Neutrale	Totaal
Bron	associatie	associatie	associatie	
Nieuws	57 (48%)	28 (23%)	35 (29%)	120 (100%)
Achtergrond	66 (50%)	14 (11%)	51 (39%)	131 (100%)
Landelijk	117 (52%)	31 (14%)	77 (34%)	225 (100%)

5.4 Effectmeting bewoners

Ten behoeve van deelvraag 3, waarin in wordt gegaan op de twee grootste actoren van de casus, is er een effectmeting naar de bewoners en beleidsmakers (Kerngroep) gedaan. Deze paragraaf gaat in op de resultaten die vanuit de bewoners zijn verkregen, de volgende paragraaf behandelt de resultaten vanuit de Kerngroep. Hierbij is er een overlap met de behandelde resultaten in paragraaf 5.2; de bewoners en de Kerngroep representeren zelf ook beelden, dit is tijdens de interviews duidelijk naar voren gekomen. De resultaten daarvan worden ook in deze en de volgende paragraaf besproken.

Bewoners van de twee Vogelaarwijken zijn door middel van gestructureerde interviews ondervraagd over hun beeld van de wijk, het gevoel dat zij hebben over representaties in de massamedia en direct daaraan gerelateerde onderwerpen. Hieronder worden enkele belangrijke en opvallende uitkomsten besproken. Dit gebeurt in een vergelijkende opzet als in paragraaf 5.3. In het hoofdstuk conclusies zullen er verbanden tussen de paragrafen getrokken worden.

5.4.1 Overzicht associaties

De uitkomsten van de interviews zijn gecodeerd volgens hetzelfde coderingsschema als voor de media-analyse is gebruikt. Dit heeft voor de 17 respondenten die in de Vogelaarwijken wonen een totaal aantal van 61 codes opgeleverd. In tabel 10 is het overzicht van het aantal codes per codegroep gegeven. Het totaalbeeld (onderste regel tabel 10) laat zien dat de positieve associaties veel vaker genoemd zijn dan de negatieve associaties; respectievelijk 66% tegenover 26%.

Tabel 10 | Totalen eigen associaties bewoners.

Percentages tussen schuine haakjes: horizontaal optellend. Percentages tussen vierkante haakjes: verticaal optellend.

	Negatieve associatie	Positieve associatie	Neutrale associatie	Totaal
Sociaal	8 (23%)[50%]	24 (69%)[60%]	3 (9%)[60%]	35 (100%)
Fysiek	8 (36%)[50%]	14 (64%)[35%]	0 (0%)[0%]	22 (100%)
Overig	0 (0%)[0%]	2 (50%)[5%]	2 (50%)[40%]	4 (100%)
Totaal	16 (26%)[100%]	40 (66%)[100%]	5 (8%)[100%]	61 (100%)

Wat betreft de verdeling in de deelcodes (verticale verdeling in tabel 10) valt af te lezen dat vooral bij de positieve associatie sociale elementen worden benoemd, namelijk in 60% van alle positieve associaties. Dit zijn bijvoorbeeld kernwoorden als ‘volksbuurt’, ‘gezellig’ en ‘vriendelijk’. Vooral het begrip volksbuurt, en dan in de positieve zin, is vaak genoemd. Een quote van een respondent die verwoordt wat veel respondenten zeggen: “Het is een volkse wijk die erg kindvriendelijk is”. Een andere respondent beschrijft het als volgt: “Ik vind het de gezelligste wijk van Groningen”. Fysiek positieve elementen zijn minder vaak benoemd. De onderdelen die het meest zijn benoemd gaan over het groen en de bebouwing: “Ik vind de architectuur erg mooi, de oude panden en gebouwen. Het zijn mooie woningen”. Dit in tegenstelling tot de negatieve associaties, waarbij er even vaak een sociaal negatieve associatie is benoemd als een fysiek negatieve associatie. De kernwoorden die daarbij horen en veel genoemd zijn, zijn criminaliteit en vandalisme. Daarbij worden er vaak persoonlijke voorbeelden benoemd zoals bijvoorbeeld bij de volgende respondent die naast een fietstunneltje woont waar hij ’s avonds veel overlast van ervaart: “We hebben veel overlast direct om de hoek. Bij het tunneltje komen ’s avonds van die drugskoeriers op brommertjes. Je moet er dan niet komen. Overdag kun je er prima zijn, maar ’s nachts niet”. Maar er zijn ook respondenten die meer in algemene termen spreken: “Ja, dat de wijk erg verdeeld is tussen de donkeren en de blanken. Er zijn cultuurbotsingen. Bijvoorbeeld soms mensen die luid praten.” Een neutrale associatie is in maar 8% van de totaal aantal codes benoemd. Hierbij spreekt de respondenten over het multiculturele karakter van de wijk zonder dat daar direct een negatief- of positief label aangehangen wordt. Of de wijk wordt benoemd als “een hele gewone wijk”. Het beeld van de respondent heeft dus in ruim negen van de tien gevallen een duidelijke positieve of negatieve associatie.

Elke respondent heeft meerdere kernwoorden benoemd. Indien de hoeveelheid associaties als uitgangspunt voor de strekking van de totale associatie van de respondent worden genomen, dan wordt duidelijk dat 71% van de respondenten een overwegend positieve associatie heeft en 29% een overwegend negatieve associatie. Dit afgezet tegen de totalen van de codering van associatie per kernwoord uit tabel 10 (onderste regel), geeft aan dat er meerdere respondenten zijn die zowel negatieve als positieve associaties hebben benoemd. Hierbij hebben de positieve associaties echter vaker de overhand.

5.4.2 Overzicht associaties representaties massamedia

Aansluitend op de media-analyse is de respondenten gevraagd hoe zij de berichtgeving in de

massamedia ervaren. De kernwoorden die hieruit voortvloeien zijn wederom gecodeerd. In tabel 11 is een overzicht van de uitkomsten te zien.

Tabel 11 | Totalen associaties van bewoners van massamedia.

	Negatieve associatie	Positieve associatie	Neutrale associatie	Totaal
Sociaal	5	1	0	8
Fysiek	1	1	0	2
Overig	8	0	3	3
Totaal	14 (74%)	2 (11%)	3 (16%)	19 (100%)

Een kwart van de respondenten vond het moeilijk om meerdere kernwoorden te geven en bleven steken bij de aanname dat de representatie in de massamedia vooral ‘negatief’ is. Meerdere respondenten gaven aan “Geen concrete voorbeelden” te hebben, maar wel het idee te hebben dat “de tendens vaak negatief is”. In de tabel is deze groep geplaatst in het vak ‘overig’ van de negatieve associaties. 25% van de respondenten konden helemaal geen associatie geven. Dit kan verklaard worden door het gegeven dat deze respondenten geen krant lezen. Eén respondent heeft een positieve associatie bij de representaties in de massamedia; deze respondent geeft wel aan dat zijn beeld voornamelijk gebaseerd is op de uitzendingen op OOG TV én dat hij geen krant leest. “Ik heb alleen ervaringen met de uitzendingen op OOG TV. Bijvoorbeeld het nieuws en het programma Klei; dit is een erg leuk en positief programma met mooie verhalen en goede toelichtingen op de projecten.”

Van de respondenten die een beeld hebben van de representaties in de media, sluit 21% zich volledig aan bij het beeld dat volgens hun door de media wordt gerepresenteerd. Daaronder valt ook de ene respondent die alleen zijn informatie via OOG TV verkrijgt. 29% van de respondenten is het helemaal niet eens met het beeld: “ze zouden zelf eens met de mensen mee moeten lopen, dan zien ze dat het wel meevalt” en 50% is het deels eens. De uitleg die hierbij door de respondenten wordt gegeven is onder te verdelen in twee groepen; één groep spreekt over de problemen die in het (recente) verleden hebben gespeeld en nu verleden tijd zijn, de andere groep geeft aan dat er een groot verschil per straat en buurt is: “er zijn hele slecht straten en goede straten” of “het gaat vaak over andere delen, maar waar ik woon is het prima wonen”.

Een deel van de respondenten geeft aan dat ze in de communicatie met buitenstaanders van de wijk een beeld representeren waarin zij het volgens hun negatieve imago in de massamedia recht proberen te zetten. Bijvoorbeeld: “dit doe ik dan om het negatieve beeld [*dat de media heeft gemaakt*] te ontcrachten” of “ik probeer vaak met eigen ervaringen te overtuigen dat de wijk prima is”. Deze eigen ervaringen zijn opgedaan gedurende het wonen in de wijk. Als ervaringsdeskundige probeert men hun eigen visie te representeren aan collega’s, vrienden en familieleden. Hierbij is het beeld niet enkel positief, maar tracht men ook een objectieve visie te verspreiden waarin eveneens aandacht is voor de problemen die spelen: “ik heb het dan over de bizarre dingen die er soms gebeuren. Maar ook criminaliteit. Het is echt een volksbuurt [*er loopt een man met een vogelkooi met daarin een parkiet langs*]”.

5.4.3 Bekendheid begrip Vogelaarwijk

De respondenten zijn goed bekend met het begrip Vogelaarwijk en probleemwijk en zijn zodoende in staat de representaties van vogelaarwijken in de massamedia te herkennen. Tweederde herkent de betiteling Vogelaarwijk, een derde probleemwijk of achterstandswijk. De associaties die men daarbij heeft komen met elkaar overeen. Het is voor de respondenten duidelijk dat het gaat om gebieden waar problemen en achterstanden zijn en waar door middel van subsidies en wijkverbeteringsprojecten aan een betere buurt wordt gewerkt. Elke respondent die bekend is met de begrippen Vogelaarwijk, probleemwijk of aandachtswijk, is op de hoogte van de toekenning van de Korrewegwijk en De Hoogte als Vogelaarwijk (of een synoniem daarvan).

Bijna alle respondenten die bekend zijn met het begrip Vogelaarwijk geven als eerste associatie aan dat het om een aandachtswijk gaat. Men weet dus duidelijk het begrip Vogelaarwijk in de context van de probleemwijken te plaatsen. Daarbij is 39% het eens met de toekenning van de Korrewegwijk en De Hoogte als Vogelaarwijk, eveneens 39% is het deels eens met die toekenning en 11% het helemaal niet eens. De groep die het deels eens is geeft vooral aan dat er een groot verschil per buurt aanwezig is en dat er de afgelopen periode veel progressie is geboekt waardoor het nu eigenlijk geen Vogelaarwijk meer zou moeten heten: "ik denk dat er veel minderheden in de wijk wonen; veel sociaal economisch zwakkeren. De wijk was erg verpauperd. Maar nu gaat het beter" of "er zit een kern van waarheid in de benoeming van de wijk als Vogelaarwijk. Nu is het echter wel heel erg verbeterd. Waar ik zelf woon is het goed wonen".

5.4.4 Bekendheid Mooi Blijven Wonen

Het project Mooi Blijven Wonen verspreidt via diverse media beelden over de wijk. Er is door de Kerngroep bewust voor gekozen om dit via een eigen media te doen en niet alleen via de massamedia.

Alle in de wijk wonende respondenten zijn bekend met dit project en herkennen het beeldmerk dat op alle publicaties gebruikt wordt. Van deze groep is 71% goed bekend met de aandacht die in de stukken wordt besteed aan de voortgang van de wijkvernieuwingsprojecten. 29% is niet goed inhoudelijk bekend met de stukken en geeft aan ze niet echt inhoudelijk te bekijken.

De respondenten waarderen de stukken om een tweetal redenen; het geeft een realistische weergave van de wijk: "een realistische weergave van wat de wijk echt is" en is zodoende een tegenhanger van het beeld dat de respondent uit de massamedia ervaart. Daarnaast vindt men het fijn dat men op de hoogte gehouden wordt over alle projecten die in de wijk spelen. Het wordt zodoende ook als informatieverstrekking gezien met een duidelijke positieve insteek: "het is een leuk en informatief verhaal. Bijvoorbeeld over de straatbarbecue en de wijkstemdag. Het laat een levendig beeld zien. En de strekking is daarnaast erg positief". Men maakt hierin duidelijk een onderscheid tussen de massamedia en de stukken van Mooi Blijven Wonen.

5.5 De rol van het Kerngroep

In paragraaf 5.2, Overzicht actoren, is er al ingegaan op de rol van de beleidsmakers, en dan in specifieke zin de Kerngroep.

Deze paragraaf gaat daarop aansluitend dieper in op de representaties en beeldvorming van de kerngroep en de rol van de massamedia, vanuit de opinie van de Kerngroep. De data die voor dit onderdeel zijn gebruikt, zijn afkomstig uit de interviews die met meerdere leden van de Kerngroep zijn gehouden en de diverse beleidsteksten zoals al eerder in dit onderzoek zijn besproken en in de literatuurlijst zijn benoemd.

5.5.1 Representaties en beeldvorming van het Kerngroep

De Kerngroep gebruikt de termen aandachtswijk en krachtwijk in de communicatie over de twee Groninger Vogelaarwijken. Dit sluit aan bij de beleidsteksten die door de nationale overheden worden verspreid. De term Vogelaarwijk is nooit echt in beleidsstukken toegepast. Volgens de gemeentelid van de Kerngroep bestaat de term niet meer. Onderling wordt de term nog wel gebruikt omdat het duidelijk is over welke objecten het gaat.

Zoals ook in paragraaf 6.2.2.2 staat vermeld, communiceert de Kerngroep beelden via een aantal verschillende soorten media. Bijvoorbeeld door middel van folders, boekjes en televisie-uitzendingen op OOG TV (KLEI). Maar ook bijeenkomsten, zoals de wijkstemdag, vallen daaronder. Dit allemaal onder de herkenbare projectnaam 'Mooi Blijven Wonen'.

De doelgroep is de gehele wijk en valt per actor te specificeren. Het doel van deze publicaties is driedig; allereerst het zo objectief mogelijk informeren over projectvoortgang in de wijk en de betrokkenheid van de bewoners daarbij vergroten. Daarnaast is het doel om mensen te pakken te krijgen voor concrete activiteiten zoals bijvoorbeeld schuldsanering en gezinshulp (de problemen 'achter de voordeur'). Het laatste doel is de beeldvorming in de representatie van een specifieke plek te verbeteren en ervoor te zorgen dat de negatieve publicaties in de massamedia niet voor een verkeerd en onevenwichtig beeld gaan zorgen. De bewoners moet duidelijk blijven en worden dat het niet verkeerd wonen is, maar gewoon 'mooi blijven wonen'. De communicatiemiddelen zijn zo gekozen zodat er een zo groot mogelijke groep wordt bereikt.

Daarvoor worden externe communicatieadviseurs ingeschakeld die de voor de Kerngroep juiste strategieën kan bedenken en uitvoeren. Er wordt gewerkt aan een communicatieplan (Kerngroep krachtwijken Groningen, 2010) om deze strategieën nog verder uit te werken.

5.5.2 Rol massamedia

De bewoners in de twee Vogelaarwijken worden door de Kerngroep voornamelijk geïnformeerd door middel van afhankelijke media, de media die in eigen beheer is zoals folders en boekjes, of in ieder geval media die door de Kerngroep wordt aangestuurd zoals KLEI en Stadjerstv. De rol van publicaties in de onafhankelijke massamedia wordt daarin niet uitgebreid meegenomen. Bijna alle berichtgeving komt vanuit de kranten zelf en niet vanuit de Kerngroep. In de berichtgeving wordt weinig ingegaan op de specifieke Groninger casus, hetgeen wordt bevestigd door de media-analyse die ten behoeve van dit onderzoek is uitgevoerd. Volgens meerdere leden van de Kerngroep gaan de publicaties meestal over incidenten en hebben zodoende een negatieve betekenis. Als voorbeeld wordt het Dagblad van het Noorden (DvhN) genoemd: "deze krant zoomt heel erg in op negatieve items. Bij een stagnerende voortgang wordt er direct aandacht door het DvhN aan besteed. Dit is vaak in negatieve zin. Rond de periode van verkiezingstijd lijkt het ook regelmatig een politiek issue te worden". Volgens de

Kerngroepleden is het lastig om hierop te reageren. Daarnaast worden er verwachtingen gerepresenteerd over de voortgang. Hierin worden te snel te veel successen verwacht: “je kunt niet in één jaar een school opeens vier punten beter laten scoren. Over de meeste projecten gaat een langere tijd voordat er duidelijke voortgang te zien is”. De kortzichtigheid van de massamedia wordt hierbij gewraakt.

Er wordt uitgegaan van de eigen kracht van het project en de representaties van Mooi Blijven Wonen. Deze eigen afhankelijke media staat los van de onafhankelijke massamedia. Er wordt nauwelijks gebruik gemaakt van de massamedia door middel van bijvoorbeeld het verspreiden van persberichten.

5.6 Synthese

In dit hoofdstuk zijn al enkele concluderende noten geplaatst. Dit is de opzet naar het volgende hoofdstuk, conclusies, waarin de koppeling tussen de afzonderlijke resultaten wordt gemaakt. De hoofdvraag van dit onderzoek zal hierin beantwoord worden. Daarnaast zal er een reflectie op de hierboven behaalde resultaten zijn.

[H6] Conclusies

6.1 Introductie

Het hoofdstuk conclusies is het afsluitende hoofdstuk van dit onderzoek. Aan de hand van de verschillende uitgevoerde analyses is het mogelijk antwoord te geven op de verschillende deelvragen en de overkoepelende hoofdvraag.

In dit hoofdstuk worden de resultaten en conclusies uit het vorige hoofdstuk gekoppeld met het theoretisch kader. De opbouw wordt bepaald door de deelvragen; de afzonderlijke deelvragen worden per paragraaf beantwoord waarbij de synthese tussen de verschillende onderdelen wordt gelegd. Daarna volgt de uiteindelijke beantwoording van de hoofdvraag.

Afsluitend wordt er kort ingegaan op de problemen die tijdens dit onderzoek zijn ontstaan en de discussie voor verder onderzoek.

6.2 Representaties van Vogelaarwijken door de verschillende actoren

De eerste deelvraag heeft een vooral exploratief en beschrijvend doel en luidt als volgt: *“Door welke actoren en met behulp van welke methoden en technieken worden de Vogelaarwijken (in Groningen) op dit moment gerepresenteerd?”*

Vogelaarwijken worden door veel verschillende actoren en op verschillende manieren gerepresenteerd. In de Korrewegwijk werken alleen al ongeveer 40 actoren samen in het opstellen van het Wijkactieplan. Al deze actoren zijn onder te verdelen in een aantal hoofdgroepen waarbinnen de actoren grotendeels hetzelfde doel hebben. Dit zijn:

- De gebruikers van de wijken;
- Beleidsmakers actieplannen (Kerngroep);
- Adviesorganisaties (niet direct faciliterend of actief in de wijk);
- Faciliterende organisaties (direct actief in de wijk).

Elke actor communiceert met andere actoren. Hierbij wordt de representatie afgestemd op de doelgroep, zodat deze begrijpt waar het over gaat. Dit sluit aan bij de constructionistische theorie van Hall (1997): het sociale karakter van taal wordt onderkend; de ontvanger moet de codes, tekens in concepten en de boodschap op een juiste manier kunnen interpreteren.

Niet elke actor representeert een beeld van de plek als Vogelaarwijk of probleemwijk, dit kan bewust of onbewust zijn. Het niet representeren van de plek kan duiden op geen noodzakelijk belang of strategische en economische overwegingen. Daarnaast is er ook een duidelijk onderscheid te maken tussen beelden die door middel van massamedia, of breed toegankelijke media zoals het internet, gerepresenteerd worden en beelden die via een besloten mediasysteem zoals een rechtstreekse brief gerepresenteerd worden. Een rechtstreekse brief is gericht aan een kleine en specifieke doelgroep van bijvoorbeeld één persoon. Het systeem van representeren dat de zender van de brief bedacht heeft, zal hierbij over het algemeen beter aansluiten bij de ontvanger dan bij de veel bredere doelgroep die de massamedia over het algemeen heeft. Verschillen in culturen en subculturen zullen de kans op misinterpretatie van representaties in de massamedia vergroten.

De rol van taal is in de naamgeving van de gebieden belangrijk. Er wordt regelmatig gebruik

gemaakt van eufemismen om het begrip taalkundig een positieve betekenis te geven. In het geval van probleemwijk, aandachtswijk en krachtwijk heeft de titel probleemwijk direct een associatie met problemen. Het is aannemelijk dat er daardoor een negatieve associatie aan het begrip wordt toegekend en zodoende ook aan de gebieden waaraan het begrip van toepassing is. De betiteling aandachtswijk en krachtwijk zullen minder snel voor een negatieve associatie zorgen. In eerste instantie heeft de titel Vogelaarwijk een volkomen neutrale lading; men zal niet direct een verband leggen met een negatief of positief beeld. Doordat de titel erg in opspraak in de massamedia is geweest, is er vrij snel een algemene associatie aan gehangen als ‘opvolger van een probleemwijk’.

6.3 Representaties van Vogelaarwijken in de massamedia

De tweede deelvraag onderzoekt de representaties van Vogelaarwijken in de massamedia en luidt als volgt: *“Hoe worden Vogelaarwijken heden ten dage door de schrijvende massamedia (kranten, nieuwsbladen) gerepresenteerd?”*

Uit de analyse van de geschreven massamedia is gebleken dat er in 50% van de toegekende codes sprake is van een negatieve associatie. In een onderverdeling tussen landelijke- en regionale kranten zijn verschillen op te merken; de regionale kranten zijn overwegend positiever.

Volgens de theorie van Avraham (2000) valt de berichtgeving rondom Vogelaarwijken te categoriseren als een 1-dimensionale voorstelling. De plek krijgt vaak alleen aandacht als er een bepaalde gebeurtenis plaatsvindt zoals een ramp of criminaliteit. In het geval van de Vogelaarwijken wordt in de massamedia bijna altijd de associatie gelegd met sociale problemen zoals bijvoorbeeld criminaliteit en overlast. Hierdoor is het gevaar aanwezig dat de Vogelaarwijk een symbool wordt van dergelijke gebeurtenissen en vervolgens alleen met dat stereotype beeld wordt geassocieerd. Het type patroon van mediarepresentaties van een plaats die Avraham onderscheidt, valt in het geval van de Vogelaarwijken daarom ook te plaatsen onder de eerste variant; een plek waarvan het grootste deel van de representaties negatief van aard is.

Toch is er niet alleen aandacht voor negatieve gebeurtenissen. In 17% van alle toegekende codes is sprake van een positieve associatie en in 33% van de gevallen een neutrale associatie. Uiteindelijk zijn ook de positieve – en neutrale associaties te herleiden naar problemen die op de plek hebben gespeeld.

Het verloop van de hoeveelheid associaties over de jaren blijft grotendeels hetzelfde: er wordt meer aandacht besteed aan negatieve associaties dan aan positieve - of neutrale associaties. De tendens is dat de totale hoeveelheid associaties, en dus berichtgeving in de massamedia, afneemt. Daarmee zal ook de bekendheid van het begrip langzaam minder worden. De invloed van de massamedia op het beeld van de plek zal daardoor ook minder invloedrijk worden en langzaam exponentieel afnemen.

In de volgende paragraaf wordt ingegaan op wat voor een associatie de bewoners van de Vogelaarwijken hebben van het beeld dat van hun wijk in de massamedia wordt gerepresenteerd.

6.4 Interpretaties van de representaties in de massamedia

De laatste deelvraag, deelvraag 3, onderzoekt de invloed van de massamedia onder de bewoners en beleidsmakers (Kerngroep). Daarnaast wordt er ingegaan op de manieren van representeren door deze twee actoren. Dit sluit aan op de eerste deelvraag. Deelvraag 3 luidt als volgt: *“Hoe ervaren de twee grootste actoren de representaties uit de massamedia en sluit dit aan bij hun eigen associaties van de wijk?”*

Uit een steekproef onder bewoners van de casus is gebleken dat zij vooral een positieve associatie bij de wijk hebben, namelijk in 66% van de toegekende codes. Dit is natuurlijk niet erg verwonderlijk omdat waarschijnlijk een groot deel van de inwoners er bewust voor gekozen heeft om in de wijk te gaan wonen en omdat ze zich er thuis voelen. Toch zijn er ook regelmatig negatieve associaties genoemd; in 26% van alle codes waren deze negatief.

Volgens Mercille (2005) en Schramm is de media erg machtig in het overbrengen van beelden. Daarom is er ook aan de bewoners gevraagd hoe zij de beeldvorming vanuit de media ervaren. Ook dit is gedaan door middel van het toekennen van kernwoorden en het vervolgens coderen. In totaal 74% van de door de respondenten toegekende codes heeft een negatieve associatie. Dit is dus een behoorlijk grotere hoeveelheid dan het beeld dat de respondenten zelf van de wijk hebben (26% van de codes negatief). Een groot deel van de respondenten geeft aan dat het beeld dat in de massamedia wordt gerepresenteerd volgens hun nogal negatief van strekking is, zonder daarbij concrete voorbeelden te kunnen benoemen. Een kwart van de respondenten geeft aan dat ze geen idee hebben hoe de wijk in de massamedia wordt gerepresenteerd. Ondanks dat er een redelijk eenduidig beeld door de massamedia wordt verspreid, is de macht van de media dus niet op iedereen van toepassing. Niet elke respondent is op de hoogte van de beeldvorming in de massamedia. Van de respondenten die aangeven wel enigszins op de hoogte te zijn, heeft een groot deel een negatieve associatie met de representaties van Vogelaarwijken in de massamedia. Dit terwijl de werkelijke hoeveelheid negatieve associaties in de massamedia om en nabij de 50% ligt en dus niet alleen negatief van aard is. Uit dit onderzoek is niet gebleken dat de respondenten een nuance detecteren in de voorstelling door de massamedia. Het is daarom ook de vraag wanneer een stereotype representatie als negatief en wanneer als positief wordt bestempeld.

Alle respondenten hebben aangegeven het beeld van de wijk door middel van eigen ervaring in de wijk te hebben gecreëerd. De rol van de massamedia speelt hierin overduidelijk een ondergeschikte rol. In de communicatie naar buitenstaanders van de wijk reageert men wel op het volgens hun stereotype beeld dat door de massamedia wordt verspreid. Met behulp van de eigen ervaringen probeert men de buitenstaander ervan te overtuigen dat het beeld dat in de massamedia wordt gerepresenteerd niet zo zwart-wit is. De relatie tussen de representaties in de massamedia en de inwoners van de wijk wordt dus vooral bepaald doordat men de beeldvorming probeert te veranderen of te nuanceren. De inwoners en gebruikers onder elkaar hebben niet zo veel te lijden onder de massamedia en er is wat dat betreft ook geen sprake van een indoctrinerende werking zoals Mercille (2005) in haar theorie beschrijft.

De Kerngroep verspreidt divers materiaal via diverse media. Er is bewust voor gekozen om een positief en mooi beeldmerk te ontwerpen dat in alle publicaties gebruikt kan worden en een positieve associatie bij de bewoners opwekt. Dit beeldmerk, het tegeltje met de tekst Mooi

Blijven Wonen, werkt zodoende als tegenhanger van het negatieve beeld dat in de media wordt gerepresenteerd. Naast de vorm is ook de inhoud van de publicatie zo opgezet dat er een positieve associatie door de bewoners wordt gelegd. Omdat de Kerngroep de publicaties in eigen beheer uitgeeft, is het mogelijk om een sociaal wenselijke code mee te geven. De Kerngroep kan in deze casus als één van de heersende discoursen worden gezien en probeert met behulp van de publicaties een positieve betekenis te verspreiden. Dit als reactie op de massamedia, maar ook vooral om onder de bewoners aan 'identity building' te doen.

De respondenten zijn bekend met de publicaties van Mooi Blijven Wonen en waarderen de volgens hun realistische weergave van de wijk. Men maakt een duidelijk onderscheid tussen de massamedia en de stukken van Mooi Blijven Wonen. Daaruit kan geconcludeerd worden dat de verkleining van de doelgroep invloed heeft op de waarde die aan de publicatie wordt toegekend; een bericht dat gericht aan een bepaalde doelgroep wordt gestuurd, wordt meer gewaardeerd dan een bericht aan een hele grote groep, zoals bijvoorbeeld via massamedia, wordt verspreid.

6.5 Representaties als sociaal construct

De start van dit onderzoek is begonnen met het formuleren van de hoofdvraag. Deze luidt als volgt: *“Op welke manieren worden Vogelaarwijken gerepresenteerd in de schrijvende massamedia en hoe interpreteren verschillende actoren deze representaties?”*

Vogelaarwijken worden op diverse manieren door verschillende actoren gerepresenteerd. Deze representaties zijn veelal afgestemd op de doelgroep en proberen zodoende de boodschap zo efficiënt mogelijk over te brengen, zonder dat er informatie verloren gaat of verkeerd geïnterpreteerd wordt. De massamedia heeft een bredere doelgroep dan de gemiddelde actor en heeft niet de noodzakelijkheid om een bericht zo efficiënt mogelijk over te laten komen. Het selectief verspreiden van berichten kan ervoor zorgen dat er een stereotype beeld ontstaat. In het geval van de casus van dit onderzoek is het beeld in 50% van de gerepresenteerde codes negatief geladen. Het gaat hierbij dan vaak over de sociale problemen die spelen of gespeeld hebben. Bewoners en beleidsmakers (de Kerngroep) interpreteren de representaties van de massamedia als overwegend negatief. De rol van de massamedia wordt daarom ook gehekeld; “er wordt negatief gepraat over de gehele wijk”, terwijl het voor het gevoel van de respondent om enkel incidenten en erg lokale problemen gaat en dus niet wijkbreed speelt. In het dagelijks leven van de bewoners vertaalt zich dat in de gesprekken die zij met buitenstaanders van de Vogelaarwijken hebben; het ontkrachten van het volgens hun te negatieve beeld in de massamedia speelt een belangrijke rol als ze het over de wijk hebben. Hierbij putten ze uit eigen ervaring die ze als bewoner van de wijk hebben opgedaan.

6.6 Problemen die tijdens het onderzoek zijn ontstaan

Als onervaren onderzoeker is het moeilijk in te schatten hoe het proces van een onderzoek daadwerkelijk gaat verlopen. Ook tijdens dit onderzoek zijn er een aantal momenten geweest waarin duidelijk is geworden dat de theorie en de praktijk niet altijd één-op-één overeenkomen of te onderzoeken is.

Er zijn twee onderdelen die belangrijk zijn om hier te benoemen; de toegankelijkheid van de respondenten en de geldigheid van de media-analyse.

Representaties en beeldvormingen zijn geen alledaagse termen die tijdens de borrelpraat worden gebruikt. Om waardevolle data vanuit de respondenten te krijgen, is het nodig om begrijpelijke termen te gebruiken die afgestemd zijn op de doelgroep. Maar dan nog lukt het niet altijd om de aansluiting bij de respondent te krijgen die de onderzoeker wenst te hebben. Dit gegeven sluit aan op de eerder in dit onderzoek behandelende theorie: het spreken van dezelfde taal en het delen van een cultureel systeem is essentieel in een goede en efficiënte communicatie.

De media-analyse heeft waardevolle gegevens opgeleverd. Gedurende het onderzoek naar de bewoners van de wijk bleek echter al vrij snel dat lang niet elke respondent regelmatig een krant leest. Dit is in lijn met de landelijke trend; de afname van de oplage is tijden geleden ingezet en zet nog steeds gestaag door. Een degelijk onderzoek naar de interpretatie van representaties in een krant kan goed uitgevoerd worden door middel van een voor- en nameting. In dit onderzoek is daaraan voorbijgegaan; het uitgangspunt is dat een brede analyse van nieuwsbladen algemeen geldend is voor representaties in de gehele massamedia.

6.7 Discussie voor verder onderzoek

Aansluitend op één van de problemen die in de bovenstaande paragraaf is besproken, kan er overwogen worden om de media-analyse toe te spitsen op een ander soort medium. Steeds meer krantenlezers zeggen hun abonnement op en vergaren het nieuws via het internet of de televisie. Deze twee moderne media kunnen een aanleiding zijn om verder onderzoek naar te doen. Hierbij kan de focus niet alleen op tekst komen te liggen, maar ook op beeld. Gillian Rose (2007) heeft in het boek *Visual methodologies* uitgebreide methodologieën besproken op welke wijze een analyse van visueel materiaal aangepakt kan worden.

Daarnaast kan er onderzoek gedaan worden naar het beeld dat buitenstaanders hebben van de Vogelaarwijken. En of zij dit beeld mee laten wegen in hun omgang met de wijk; laten zij zich bijvoorbeeld beïnvloeden door de massamedia en nemen zij dat mee in hun overweging om de wijk te bezoeken. Uit een dergelijke analyse kan de kracht van de massamedia, zoals in paragraaf 2.7 is beschreven, door middel van een grounded theorie onderzocht worden.

Een vervolgonderzoek kan ook ingaan op de verandering van associaties. Het begrip Vogelaarwijk zal steeds minder gebruikt worden, zoals uit de media-analyse is gebleken, en de wijkvernieuwingsprojecten zullen steeds beter zichtbaar worden. Het is dan ook waarschijnlijk dat ook in de gedachten van de bewoners de associatie met het begrip continu zal veranderen; zoals Hall (1997) schreef is de betekenis van een begrip in aan verandering onderhevig. Taal is een dynamisch systeem, evenals cultuur.

Het Van Dale Groot woordenboek van de Nederlandse taal heeft het woord Vogelaarwijk niet opgenomen en gedefinieerd. Toch zullen de ongeveer 121.000 resultaten die zoekmachine Google op dit moment op het internet vindt, niet zomaar verdwenen zijn. Indien dit onderzoek over 10 jaar weer uitgevoerd wordt, zal bekend worden of het begrip Vogelaarwijk een duurzaam leven heeft of dat het meer een trendterm is geweest.

Literatuurlijst

- AD/De Dordtenaar (2009) *Onbegrip over top 20 slechte buurten*. AD/De Dordtenaar, 9-2-2009.
- Avraham, E. (2000) Cities and their news media images. *Cities*, volume 17, issue 5, p363-370.
- Bakker, P. & Scholten, O. (2009) *Communicatiekaart van Nederland, Overzicht van media en communicatie*. 7^e druk. Amsterdam: Kluwer.
- Bernoulliplein.nl (2010) *Website Bernoulliplein*. Beschikbaar via: <http://www.bernoulliplein.nl/> [geraadpleegd op: 15-5-2010].
- Centraal Bureau voor de Statistiek (2010). *40-Wijkenaanpak, outcomemonitor*. Beschikbaar via: <http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/methoden/dataverzameling/korte-onderzoeksbeschrijving-krachtwijken-outcomemonitor.htm> [geraadpleegd op 1-5-2010].
- Cosgrove, D. (1988) Geography is everywhere; culture and symbolism in human landscapes. *Horizons in human geography*, p118-135.
- De Gelderlander (2007) *Er is teveel gekeken naar de grote steden, niet naar de verhouding*. De Gelderlander, 26-3-2007.
- De Gelderlander (2007) *Verbazing en berusting over 'Vogelaarwijken'*. De Gelderlanders, 27-3-2007.
- De Pers (2008) *Van Dale geeft antwoord: Vogelaarwijken*. Beschikbaar via: <http://www.depers.nl/algemeen/166163/Van-Dale-geeft-antwoord-Vogelaarwijken.html> [geraadpleegd op 6-5-2010].
- De Pers (2009) *Ranglijst Vogelaarwijk alsnog openbaar*. Beschikbaar via: <http://www.depers.nl/binnenland/288087/Ranglijst-Vogelaarwijk-alsnog-openbaar.html> [geraadpleegd op 13-5-2010].
- Flowerdew, R. & Martin, D. (2005) *Methods in Human Geography, A guide for students doing a research project*. 2^e editie. Harlow: Pearson Education Limited.
- Gemeente Groningen (2007) *Werken aan Wonen, Wijkperspectieven – nieuw lokaal Akkoord. Korrewegwijk - De Hoogte Mooi blijven wonen*. Groningen: Gemeente Groningen.
- Gemeente Groningen (2007) *Wijkactieplan De Hoogte, Samen het verschil maken*. Groningen: Gemeente Groningen.
- Gemeente Groningen (2007) *Wijkactieplan Korrewegwijk, Samen het verschil maken*. Groningen: Gemeente Groningen.
- Gemeente Groningen (2008) *Het jaarplan 2009 voor de Korrewegwijk en De Hoogte*. Groningen: Gemeente Groningen.
- Gent, W. P. C. van, Musterd, S. & Ostendorf, W. J. M. (2009) Bridging the social divide? Reflections on current Dutch neighbourhood policy. *Journal of Housing and the Built*

Environment, volume 24, issue 3, p357-368.

- Gould, D., and Company (2004) *Writing a Media Analysis*. Washington: Communications Consortium Media Center.
- Groninger Ontwerpers (2010) *Identity als bindmiddel Mooi blijven Wonen, Huismeesters /gemeente Groningen / IN*. Beschikbaar via: <http://www.groningerontwerpers.nl/projekten/04.html> [geraadpleegd op 15-5-2010].
- Hall, S. (1997): *Representation, Cultural Representations and Signifying Practices*. Londen: Sage Publications.
- Holloway, L. & Hubbard, P. (2001) *People and place; The extraordinary geographies of everyday live*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Hyves Korrewegwijk (2010) *Korrewegwijk (Hyve)*. Beschikbaar via: <http://korreweg.hyves.nl/> [geraadpleegd op 15-5-2010].
- Johnston, R.J., Gregory, D. , Pratt, G. & Watts, M. (2000) *The dictionary of human geography*. 4^e editie. Malden: Blackwell Publishers.
- Kerngroep krachtwijken Groningen (2010), *Notitie Krachtwijken korrewegwijk en De hoogte*. Groningen: Gemeente Groningen, interne notitie.
- KEI, kenniscentrum stedelijke vernieuwing (2009) *KEI-overzicht wijkenlijsten*. Beschikbaar via: <http://www.kei-centrum.nl/websites/kei/files/kei2003/vraag-antwoord/KEI-wijkenlijsten-mei2007.htm> [geraadpleegd op 7-12-2009].
- KEI, kenniscentrum stedelijke vernieuwing (2009) *Lijst prioriteitswijken 56-wijkenaanpak*. Beschikbaar via: http://www.kei-centrum.nl/view.cfm?page_id=2061 [geraadpleegd op 7-12-2009].
- KEI, kenniscentrum stedelijke vernieuwing (2010) *Groningen, Korrewegwijk/De Hoogte*. Beschikbaar via: http://www.kei-centrum.nl/view.cfm?page_id=1897&item_type=project&item_id=297 [geraadpleegd op 5-5-2010].
- Knox, P. L. & Marston, S. A. (2007) *Human Geography, places and regions in global context*. 4^e editie. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Korrewegwijk.nl (2010) *Wijkwebsite Korrewegwijk*. Beschikbaar via: <http://www.korrewegwijk.nl/> [geraadpleegd op 16-5-2010].
- Leeuwarder Courant (2007) *'Ik had een wijk vol Tokkies verwacht*. Leeuwarder Courant 31-3-2007.
- Leeuwarder Courant (2009) *Reddingsplan CDA voor afglijdend platteland*. Leeuwarder Courant 30-5-2009.
- Luyendijk, J. (2005) *Het zijn net mensen*. Amsterdam: uitgeverij Podium b.v.
- Martis, K. C. (2005) Representation of Appalachia in North American Geography CollegeTextbooks. *Journal of Geography*, issue 105, p85-92.

- Mercille, J. (2005) Media effects on image; The case of Tibet. *Annals of Tourism Research*, volume 32, issue 4, p1039-1055.
- Ministerie van VROM (2010) *Overzicht aandachtswijken in Nederland*. Beschikbaar via: <http://www.vrom.nl/pagina.html?id=31051> [geraadpleegd op 18-11-2009].
- Ministerie van VROM, Wonen, Wijken en integratie (2007) *Actieplan Krachtwijken; Van Aandachtswijk naar Krachtwijk*. Den Haag: Ministerie van VROM.
- Ministerie van VROM, Wonen, Wijken en integratie (2009) *Rangorde van de 40 wijken*. Den Haag: Ministerie van VROM.
- Onderzoek en Statistiek Groningen (2010). Beschikbaar via: <http://www.bureauonderzoek.nl/> [geraadpleegd op 15-4-2010].
- OOG TV (2010) *KLEI*. Beschikbaar via: <http://www.oogtv.nl/ontwikkelen/php/tvgids.php> [geraadpleegd op 19-5-2010].
- Planbureau voor de Leefomgeving (2008) *Krachtwijken met karakter*. Rotterdam: NAI Uitgevers.
- Rechtbank Amsterdam (2008) *Wob-verzoek bekendmaking rangorde Vogelaarwijken; LJN BD8447, Rechtbank Amsterdam, AWB 07/4263 WOB*. Beschikbaar via: <http://jure.nl/bd8447> [geraadpleegd op 13-5-2010].
- Rose, G. (2007) *Visual Methodologies, An Introduction to the Interpretation of Visual Materials*. 2^e editie. Londen: Sage Publications.
- Stee in Stad (2010) *Stee in Stad, overnachten in de wijk*. Beschikbaar via: <http://www.steestad.nl/nl/stee-in-stad-de-buurt> [geraadpleegd op 15-5-2010].
- Van Dale (2010) *online woordenboek*. Beschikbaar via: <http://www.vandale.nl/vandale/zoekservice/?type=pro> [geraadpleegd op 12-5-2010].
- Voetbal Vereniging Korreweg (2010) *Over ons*. Beschikbaar via: http://www.vvk.slclubsite.nl/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=53&Itemid=103 [geraadpleegd op 15-5-2010].
- Weblog Semarang (2010) *Weblog Semarang; 'Wijkvernieuwing, géén wijkvernieling'*. Beschikbaar via: <http://semarang.web-log.nl/> [geraadpleegd op 20-5-2010].

Bijlage 1] Overzicht gegevens van de geanalyseerde krantenartikelen

Legenda:

ANP: Algemeen Nederlands Persbureau

FD: Financieel Dagblad

DvhN: Dagblad van het Noorden

ND: Nederlands Dagblad

AD: Algemeen Dagblad

RD: Reformatorisch dagblad

AgD: Agrarisch Dagblad

Bron	Titel	Datum
AD	Jongetje gooit cavia tegen plafond van kinderboerderij	29-11-2009
AD	'In de kroeg zing ik liedjes mee van André Hazes'	21-1-2009
AD	Minister: Vogelaarwijk even sterk merk als Coca-Cola	5-12-2008
AD	'Omdat het kleine gerechtjes zijn, kunnen we best nog...'	15-11-2008
AD	Uitgelicht - Justitie werkt politie tegen in Rotterdam	20-10-2008
AD	REPORTAGE Arnhemse buschauffeur mijdt avondrit	17-10-2008
AD	200 miljoen extra voor Vogelaarwijk	26-4-2008
AD	Steden eisen extra geld voor krachtwijken	21-4-2008
AD	Kritiek op 'geruzie' Vogelaar	25-3-2008
AD	Vertraging	25-3-2008
ANP	Kerk en moskee actief in 'Vogelaarwijk'	23-3-2010
ANP	Tevreden in Vogelaarwijk	2-9-2009
ANP	Ramadan is niet zwaar, ook niet in hartje zomer	21-8-2009
ANP	Geen hypotheke meer in Vogelaarwijk	24-6-2009
ANP	Van der Laan wil met Wilders Vogelaarwijk in	18-2-2009
ANP	Eerste Oranje Huis opent deuren	28-1-2009
ANP	Friesland wil eigen versie van Vogelaarwijken (2)	21-1-2009
ANP	Van der Laan bezoekt eerste Vogelaarwijk	18-11-2008
ANP	Honderden nieuwe ateliers in Arnhem (2)	11-11-2008
ANP	Humberto Tan doet aftrap straatvoetbal	28-6-2008
ANP	Volop bedrijvigheid in Vogelaarwijk	20-6-2008
ANP	Kritiek op Vogelaar	25-3-2008
ANP	Volkstuintjes tegen overgewicht en depressies	5-12-2007
DAG	De achterstandswijk in als personeelsuitje	2-6-2008
DAG	Bos: probleemjeugd snel en hard straffen	2-10-2007
DvhN	Krachtwijk, prachtwijk	10-4-2010
DvhN	Leefbaarheid Stad spectaculair verbeterd	31-10-2009
DvhN	Bijzonder wijkhotel in de stad Groningen	15-9-2009
DvhN	Sloopplannen voor De Hoogte van de baan	17-6-2009
DvhN	Wijkhotel biedt twintig leerplekken	12-3-2009
DvhN	'Geld voor ons belangrijker dan minister'	20-11-2008
DvhN	Concordia en De Hoogte zeer arm	28-5-2008
DvhN	Stad ligt nog dwars bij 'Vogelaarwijk'	29-2-2008
FD	Land van plastic koeien, trapveldjes en wokrestaurants	6-12-2008
FD	Een dagje bijspijkeren in de krachtwijken	21-8-2008
FD	Leeuwarden blij met Nicis-onderzoek	3-1-2008
FD	Plannen Vogelaarwijken niet efficiënt	3-1-2008
Metro	Oude Westen krijgt forse metamorfose	18-9-2009
Metro	Geef ons maar wat rust	19-2-2009

Metro	Woonstad Rotterdam bouwt door	28-1-2009
Metro	Constant in beweging blijven	11-6-2008
NRC	Een stukje rust op de 'Javaboulevard'	23-12-2009
NRC	Utrechts verbod op samenscholing in wijk opgeheven	2-12-2009
NRC	Feyenoord gaat probleemwijken op Zuid in	17-10-2009
NRC	Zoo dat de burger erbij kan; Lux	15-4-2009
NRC	Meng die wijk maar met mate	7-2-2009
NRC	Top-40 van slechte wijken blijft geheim	24-12-2008
NRC	Achterstand bestaat niet	13-12-2008
NRC	Alleen Vogelaarbosje kwam door bureaucratie heen	2-12-2008
NRC	Toos wil weten hoe het verder moet	15-11-2008
NRC	Gemeenten willen bedrijvigheid weer in de wijk	19-9-2008
NRC	Een verweer tegen willekeur	29-7-2008
NRC	Vogelaar moet ranglijst geven van probleemwijken	24-7-2008
NRC	Extra ontbijtkoek zet zo aan	21-7-2008
NRC	'Het kabinet mag best eens naar zijn navel kijken'	12-7-2008
NRC	'Vocht, tocht, iedereen heeft iets met z'n huis'	8-7-2008
NRC	Deventer corporatie doet Vogelaars werk	17-6-2008
NRC	Onvrede over aanpak Vogelaar neemt geleidelijk af	9-6-2008
NRC	Gepraat en geschreven maar niets veranderd	20-4-2008
NRC	Vogelaar maakt het wijkenprobleem vooral erger	16-2-2008
NRC	Alleen geld steken in stenen is niet genoeg	15-1-2008
NRC	Meebetalen aan nóg slechtere wijk	6-10-2007
NRC Next	Als een piloot die de chaos bedwingt	2-3-2009
NRC Next	De bureaucratie blijft stroef	3-12-2008
NRC Next	Het integratiefeest is soms heel rauw	24-11-2008
NRC Next	De kalender heet - het wordt almaar erger - 'A Year in the Country'; aaf	21-10-2008
NRC Next	Ex-hangjongere biedt rechtshulp aan oude buurt nrc rocks;	19-8-2008
NRC Next	Renoveren? Nou nee, liever niet	28-7-2008
NRC Next	Vroeger hadden we bingo, nu een geherstructureerde wijk	10-7-2008
NRC Next	Vogelaar krijgt vaart	10-8-2008
NRC Next	Wijk als Hindoestaanse icoon	8-4-2008
NRC Next	Vogelaarwijk is nog zoals hij was	21-3-2008
NRC Next	Geen nieuws uit prachtwijk	21-4-2008
NRC Next	Je kind naar een zwarte school sturen	10-9-2007
ND	Vogelaarwijken Een beetje dwaas in Amsterdamse Vogelaarwijk	13-2-2010
ND	Een eigen heerlijkheid	28-11-2009
ND	Corporaties betalen niet aan Vogelaarwijk	6-11-2009
ND	'Pendrecht met oude cijfers Vogelaarwijk'	31-8-2009
ND	Hoe Pendrecht van titel 'Vogelaarwijk' af wil	31-8-2009
ND	Vrijwel alle Nederlanders hebben burens.	9-5-2009
ND	Veertig kerken in Rotterdam zetten tegelijk deuren open	28-4-2009
ND	<i>Geen titel: "De Utrechtse 'Vogelaarwijk'...."</i>	27-2-2009
ND	Nieuwe minister komt in de buurt	20-11-2008
ND	Vogelaar lag vanaf het begin onder vuur	15-11-2008
ND	Herkansing databank Antillianen	15-11-2008
ND	Bouwen 'Vogelaarwijken ook op het platteland'	17-4-2008
Parool	Eberhard gaat stug door, ontslag of niet	27-2-2010
Parool	Leren in Landlust	11-2-2010
Parool	Wat is het geheim van de Indische Buurt?	29-2-2010
Parool	Pionieren op postzegel van ellende	23-1-2010
Parool	Domweg breien in een Vogelaarwijk Zestien miljoen euro	19-12-2009
Parool	Ahmed vs Achmed: klare taal of stille diplomatie	5-12-2009
Parool	<i>Geen titel: "De moeder van Gerri Eickhof... "</i>	24-11-2009

Parool	De Baarsjes liet vorig jaar ruim twee ton liggen Vogelaargeld niet uitgegeven	3-11-2009
Parool	Glazen plafond voor de trein	14-3-2009
Parool	'Ze hebben wel andere zorgen, zoals eten voor hun kinderen' voeden	5-3-2009
Parool	Nadenken over dilemma's in oorlogstijd	25-2-2009
Parool	'Kampers' nog steeds anders behandeld	23-2-2009
Parool	Bendes kochten huizen Zuidoost	28-1-2009
Parool	Lachen met Van der Laan	20-11-2008
Parool	Leefbaarometer	3-11-2008
Parool	Hulpverlener vervangt alle andere begeleiding	10-7-2008
Parool	Aedes stopt 1,5 mld in 'Vogelaarwijk'	8-2-2008
RD	Volkan lokt straatjeugd de moskee in	18-2-2009
RD	Friesland wil eigen Vogelaarwijken	22-1-2009
RD	Volkstuinje tegen depressie	6-12-2007
Spits	Verloeskundige: geweld went	10-9-2008
Spits	'Politie is niet nodig'	10-1-2008
Telegraaf	Kapster kansloos in Dordtse Kansenflat	2-3-2010
Telegraaf	Reisje reljeugd afgekraakt	18-11-2009
Telegraaf	cfieret@online.nl 31-10-2009 11:09	5-11-2009
Telegraaf	Beeld	21-11-2008
Telegraaf	Van der Laan luistert en eet	20-11-2008
Telegraaf	Protest tegen wijken school voor moskee	23-9-2008
Trouw	'Plannen treffen laagstbetaalden';	9-4-2010
Trouw	Schiedam kan jeugd amper opvangen	27-1-2010
Trouw	De Molukse frustratie	6-1-2010
Trouw	Spelers zijn ambassadeurs voor betere levensstijl	21-11-2009
Trouw	Wijkenbeleid vast in gekibbel	2-10-2009
Trouw	Wie niet van corso houdt, ontvlucht het dorp	5-9-2009
Trouw	'Voortaan meer fruit en minder sap voor de kinderen'	22-5-2009
Trouw	Lopen langs krachtwijken; wandelen	2-5-2009
Trouw	'Wij doen hier een aanval op de uitval'	22-4-2009
Trouw	Prachtwijken kun je niet maken	16-4-2009
Trouw	Minister wint vertrouwen Rivierenwijk	27-1-2009
Trouw	De buurvrouw heeft een zwaard	8-1-2009
Trouw	Rivierenwijk krijgt in 2009 echt vorm	30-12-2008
Trouw	Zeven ton voor W!j is multireligieuze erfenis van Vogelaar	29-11-2008
Trouw	'Fijn dat ze contact houdt'	28-11-2008
Trouw	Allochtonen hopen op daadkracht bij opvolger Vogelaar	15-11-2008
Trouw	Deventer is Belgen te dwingend; Vogelaarwijk	22-10-2008
Trouw	Bedreigd Rotterdams tuindorp wil voor zichzelf beginnen	29-9-2008
Trouw	Turken voelen zich verbonden in eigen woningcomplex	19-9-2008
Trouw	Autoslapen in een afbraakbuurt	25-8-2008
Trouw	Pierewaaien in de stadshavens	23-8-2008
Trouw	Trotse Turkse moeders wachten op witte gezinnen	15-7-2008
Trouw	Exotische excursies	8-7-2008
Trouw	Mooi plan in Vogelaarwijk jammerlijk afgeblazen	7-7-2008
Trouw	Bewoners Vreewijk opnieuw tussen hoop en vrees	18-6-2008
Trouw	Zwart geen synoniem voor slecht	13-6-2008
Trouw	Guerrillastrijd om dorpsidylle	4-6-2008
Trouw	Vrouwen voorop in Rivierenwijk; Vogelaarwijk	3-6-2008
Trouw	Langdurige armoede in veel middelgrote steden	27-5-2008
Trouw	Een tunnel naar het groen s.v.p.	23-4-2008
Trouw	Eigen bedrijf voor vijftig Rivierenwijkers; Vogelaarwijk	22-3-2008
Trouw	Kindonvriendelijkheid opent ogen gemeenten	14-3-2008
Trouw	Schiemonk kindonvriendelijkst	13-3-2008

Trouw	'De victorie begint in Deventer'	5-2-2008
Trouw	Ontbijtles op De Snippeling; Vogelaarwijk	23-1-2008
Trouw	Welzijnswerkers Rivierenwijk voelen zich nuttiger dan ooit	6-10-2008
Trouw	Een kunstgebit kun je niet meten	6-10-2007
Trouw	Als je maar je best doet, kom je er dan wel?	2-7-2007
Volkskrant	'Gewone', maar wel criminele pubers verbazen Veldhoven	14-4-2010
Volkskrant	Hier waak ik; mee met de buurtregisseur	10-4-2010
Volkskrant	'De mensen durven hier 's avonds niet over straat'	23-2-2010
Volkskrant	Een armendokter kan helpen	29-1-2010
Volkskrant	CDA Utrecht belooft geen veelalig welkomstwoord	6-1-2010
Volkskrant	'Straks belanden we in een rotbuurt'	2-12-2009
Volkskrant	'Wat is uw adres? U hoort van ons'	1-10-2009
Volkskrant	Een laboratorium van vernieuwing	30-9-2009
Volkskrant	Hou de energie in de wijk	30-9-2009
Volkskrant	Voor 12,5 miljoen fraude in Overvecht	18-9-2009
Volkskrant	Eindelijk blij in de Vogelaarwijk	2-9-2009
Volkskrant	'We doen ons best, maar het helpt niet'	11-5-2009
Volkskrant	Rietveld Academie wil naar Vogelaarwijk	30-4-2009
Volkskrant	Daklozen zijn weg, hun problemen niet	21-4-2009
Volkskrant	Met kleurrijk poeder over de scheidslijnen	12-3-2009
Volkskrant	'Ze pakken je bij de arm en helpen je'	15-12-2008
Volkskrant	Het kwaad zit thuis en bij vrienden	13-12-2008
Volkskrant	Een kapotte lamp in een troosteloze Vogelaarwijk	12-12-2008
Volkskrant	Pakjesavond; Nausicaa Marbe	5-12-2008
Volkskrant	Van der Laan 'hartstikke blij' in krachtwijk	20-11-2008
Volkskrant	Bos' keuze bleek alras vergissing	15-11-2008
Volkskrant	Ivoren toren in probleemwijk	13-11-2008
Volkskrant	Vormgeversduo geeft T+huis aan de buurt	11-11-2008
Volkskrant	Kanaleneiland, voor sociale stijgers	21-7-2008
Volkskrant	Ooit liepen de Romeinen door de Vogelaarwijk	16-7-2008
Volkskrant	Dromen van seks en easy money	15-7-2008
Volkskrant	Dalia heeft niets aan dure woorden	14-6-2008
Volkskrant	Pa-tat-met-ma-yonaaaaise, prima tempo in de boot	22-5-2008
Volkskrant	Extreme make-over	1-4-2008
Volkskrant	Op stap met de Afrikaandertapes Nederland Rotterdam	29-3-2008
Volkskrant	Dit is geen soft verhaal	13-3-2008
Volkskrant	Vreugde in het kopieerhok om Citoscore	6-3-2008
Volkskrant	Vogelaar stelt middel boven doel	21-2-2008
Volkskrant	Volkstuin in Vogelaarwijk voor integratie en gezondheid	19-12-2007
Volkskrant	Meer tijd voor Vogelaarwijken	27-11-2007
Volkskrant	'Vogelaarwijk' als decor voor rapclip	24-9-2007

Bron data:

- LexisNexis Newsportal

Bijlage 2] Interview bewoners

Korte vragenlijst bewoners De Hoogte en Korrewegwijk

Introductie: een aantal korte vragen over deze wijk voor mijn afstudeeronderzoek.

- 1) **Woont u in deze wijk?**
- 2) *Indien ja: hoelang al?*
- 3) *Indien nee: wat is het doel van uw bezoek aan deze wijk en hoe vaak komt u in deze wijk?*
- 4) **Hoe zou u deze wijk in een aantal kernwoorden omschrijven.**
- 5) **Zou u in een aantal kernwoorden kunnen omschrijven hoe deze wijk in de media wordt omschreven?**
- 6) **Kunt u zich in deze omschrijving vinden dat er zo over uw wijk gesproken wordt?**
- 7) **Leest u een krant en zo ja welke?** *Gratis kranten zijn ook goed! Frequentie: dagelijks, wekelijks, maandelijks.*
- 8) **Heeft u het wel eens met 'anderen' over deze wijk (mondeling of schriftelijk)→** *Verspreidt u zelf wel eens 'beelden' van deze wijk? Kunt u in kernwoorden omschrijven wat de strekking is (waar heeft u het dan over).*
- 9) **Bent u bekend met het begrip Vogelaarwijk?** *Indien nee: wel met probleemwijk/aandachtswijk/prachtwijk? Indien nee: Leg eventueel kort uit dat deze wijk een Vogelaarwijk is en ga naar vraag 11.*
- 10) **Kunt u in een aantal kernwoorden omschrijven wat u denkt dat dit begrip inhoudt?**
- 11) **Kunt u zich vinden in de toekenning van deze titel aan deze wijk? Waarom niet/wel?**
- 12) **We hebben het nu gehad over de beeldvorming van deze wijken. Hoe is deze beeldvorming bij u gevormd?** *(bijvoorbeeld via media/ folders/persoonlijke contacten/vakbladen/ beleidsstukken/eigen ervaring).*

13) Bent u bekend met het project 'Mooi blijven Wonen'? *(laat eventueel boekje/logo zien.*

Refereer ook aan KLEI (OOG TV)

14) Soort respondent: Bewoner: student/werkzoekend/werkend/pensioen

Gebruiker: winkelier/voor winkelen/scholier/bezoek overig

15) Soort respondent: Autochtoon/allochtoon

16) Geboortjaar

17) Postcode

18) Geslacht

19) Locatie interview

20) Datum

21) Overige aantekeningen/opmerkingen

Bijlage 3] Interview beleidsmakers/Kerngroep

- 1) **Wie maakt het beleid voor de Groninger Vogelaarwijken?**
- 2) **Welke samenwerkingsverbanden zijn er? *Hoe zit het organisatieschema in elkaar?***
- 3) **Zijn er specifieke uitvoerende partijen te benoemen? *Verwijs naar lijst Actieplan.***
- 4) **Wat is jullie doelgroep (in de Vogelaarwijken)?**
- 5) **Hoe bereiken jullie die doelgroep?**
- 6) **Welke stukken worden er door het 'kernteam' verspreid?**
 - a. Beleidsstukken (Actieplan)
 - b. Folders (Mooi blijven Wonen)
 - c. Nieuwsberichten
 - d. KLEI (OOG TV)
 - e. ...
- 7) **Wie heeft de regie bij het maken van deze stukken?**
- 8) **Wat is het doel van deze stukken? *Beeldvorming, informeren,...***
- 9) **Hoe ervaren jullie de beeldvorming in de massamedia en proberen jullie daar sturing aan te geven?**
- 10) **Hoe afhankelijk zijn jullie van de massamedia? En speelt het een rol in de aanpak hoe jullie een beeld representeren?**
- 11) **Gebruiken jullie de term Vogelaarwijk? *Is het gebruik aan verandering onderhevig?***
- 12) Actor: gemeente/woningcorporatie
- 13) Datum
- 14) Overige aantekeningen/opmerkingen

Bijlage 4] Overzicht actoren wijk 9715 en 9716

Hoofdgroep	Subactor	Organisatie
Gebruikers		
	Bewoners	<i>Inwoners van de wijk</i>
	Winkeliers, ondernemers	<i>Winkeliers en ondernemers in wijk</i>
	Bezoekers (van winkels en bewoners)	<i>Bezoekers van de wijk</i>
	Scholieren (geen bewoners)	Scholieren van basisscholen + BSO
		Scholieren van Alfa College (ROC)
	<i>Alle partijen van de faciliterende groep</i>	
Beleidsmakers wijkactieplannen (Kerngroep)		
	Gemeente en overheden	College B&W – HVD – OCSW – ROEZ – SOZAWE- MD – CWI - WMOO
		Ministerie VROM / WWI
	Woningcorporaties	Woningcorporatie De Huismeesters
		Wooncorporatie Lefier
		Christelijke Woningstichting Patrimonium
Adviesorganisaties (niet direct faciliterend of actief in de wijk)		
		Centre for Government Studies
		COP Groep
		CMO Groningen
		Kamer van Koophandel
		Justitie Groningen
Faciliterende organisaties (direct actief in de wijk)		
	Scholen en onderwijsinstellingen	ABCG
		Alfa College (ROC)
		Hanzehogeschool Groningen
		Vensterschool koorenspeer
		Vereniging Christelijk Onderwijs Groningen
	(Wijk)verenigingen	Buurtcentrum De Borg
		Dames Volleybalvereniging ONA
		De buurt en speeltuinvereniging "de Hoogte"
		Hengelclub Excelsior
		Het Pand
		Speeltuinvereniging D.I.B.
		Voetbalvereniging Korrewegwijk (VVK)
		Volleybalvereniging DGB
		Volleybalvereniging Overspel
		Wijkcentrum Het Floreshuis
	Woningcorporaties	Woningcorporatie De Huismeesters
		Wooncorporatie IN
		Christelijke Woningstichting Patrimonium
	Politie, overheidsdiensten	Regiopolitie Groningen / Haren
	Maatschappelijke organisaties	Advies en BegeleidingsCentrum Groningen
		Base Groep

	Centrum Maatschappelijke Ontwikkeling Groningen
	Bureau HALT Noord Nederland
	Humanitas
	Vrouwencentrum Jasmijn
	Bureau Jeugdzorg Groningen
	Jeugdgezondheidszorg
	Lentis
	Plaza Migranta
	MJD Maatschappelijk werk
	Stichting NOVO Groningen
	Paupopus Zwolle
	SKSG
	Stichting Kelderwerk
	Stichting Toevluchtsoord Groningen
	Stichting Stiel (Opbouwwerk)
	Thuiszorg Groningen
	Verslavingszorg NoordNederland
	Werkprojectengroep Groningen

Massamedia

<i>Televisie</i>	<i>Nationaal</i>
	<i>Regionaal</i>
	<i>Lokaal</i>
	<i>OOG-tv</i>
<i>Radio</i>	<i>Nationaal</i>
	<i>Regionaal</i>
	<i>Lokaal</i>
	<i>OOG-tv</i>
<i>Geschreven media</i>	<i>Nationaal</i>
	<i>Regionaal</i>
	<i>Lokaal</i>

Bronnen:

- Wijkactieplan Korrewegwijk (2007)
- Wijkactieplan De Hoogte (2007)
- Korrewegwijk.nl (2010)