

NOS

VU  **VRIJE
UNIVERSITEIT
AMSTERDAM**

zien sporten *doet* sporten

De maatschappelijke betekenis

van sportjournalistiek

Feiten en cijfers

Een aanvullend kwantitatief onderzoek geeft cijfermatig inzicht in de maatschappelijk betekenis van sportjournalistiek.

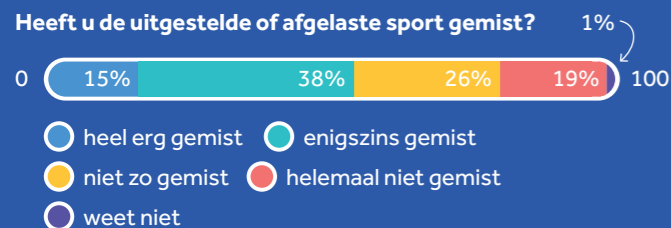
- 12,3 miljoen Nederlanders volgen sport via de media. Dit is 89% van de Nederlandse bevolking van 18 jaar en ouder.
- Ruim een derde van de sportvolgers (36%) geeft aan zelf zin te krijgen om te sporten na het volgen van sporten via media. Dat zijn 4,4 miljoen Nederlanders van 18 jaar en ouder.

Uit een aanvullende enquête blijkt dat sport volgen via de media het grootste effect heeft op de motivatie om opnieuw te beginnen met sporten.



Sport gemist door Corona

Door het coronavirus is er in 2020 ook een periode geweest zonder sport. Meer dan de helft (53%) van de respondenten geeft aan dat ze sport volgen via de media hebben gemist. Dat komt neer op 6,4 miljoen Nederlanders van 18 jaar en ouder.



Zien sporten, doet sporten

Heeft sportverslaggeving een maatschappelijke meerwaarde? Leidt sport kijken ertoe dat mensen zelf ook gaan sporten? Zorgt het voor meer sociale verbinding? De NOS heeft de Vrije Universiteit gevraagd onderzoek te doen naar de maatschappelijke betekenis van sportverslaggeving. Uit dit onderzoek blijkt dat het volgen van sport via de media ertoe leidt dat mensen zelf beginnen met sporten. Maar ook dat ze bijleren over de sport die ze al beoefenen, opnieuw beginnen met sporten of blijven sporten. Dit onderzoek geeft aanvullende inzichten in de betekenis van sportjournalistiek voor de samenleving en de meerwaarde van sportverslaggeving bij de publieke omroep, bij de NOS.

Beginnen met sporten

Live verslaggeving van grote sportevenementen speelt een belangrijke rol in de motivatie van mensen om zelf ook te gaan sporten. Bij de NOS maken mensen kennis met een grote diversiteit aan sporten. Dit verlaagt de drempel om zelf ook te beginnen met een sport ("Dat wil ik ook"). De verhalende manier waarop de NOS sport verslaat, zorgt voor herkenning ("Dat kan ik ook").

Blijven sporten

Het zien van topsport in de media, zorgt ervoor dat mensen zelf gemotiveerd raken om te **blijven sporten**. Door topsportprestaties in beeld te brengen en achtergrondverhalen te vertellen worden mensen geïnspireerd om lid te blijven van een sportclub, of tijdens het sporten het langer vol te houden.

Beter te sporten

Beelden van topsport met deskundig commentaar en uitgebreide analyses - zoals bij de NOS - dragen eraan bij dat mensen **bijleren** en **zich verbeteren** in de sport die ze beoefenen. Dat leidt ertoe dat mensen het gaan nadoen of overnemen ("Dat ga ik ook proberen") of zorgt voor een bevestiging ("Dat heb ik ook gedaan").

How to: beter worden in sporten

De NOS heeft op YouTube de rubriek "How To". In elke aflevering wordt een klein onderdeel van een sport uitgelegd. Zoals: hoe sla je een goede backhand bij hockey? Dit draagt eraan bij dat mensen zich kunnen verbeteren in hun sport.

Opnieuw beginnen met sporten

Topsport prominent en voor iedereen in beeld brengen, draagt eraan bij dat sport aanwezig blijft in het leven van mensen. Dit vergroot de kans dat iemand die is gestopt met sporten, **opnieuw begint met sporten**.

Sport verbindt

Uit de studie van de VU Amsterdam zijn er twee manieren waarop het volgen van topsport leidt tot meer verbinding: verbondenheid met je naasten en verbondenheid met Nederland.

Met het bord op schoot

Sport kijken is iets wat je samen beleeft. Door met vrienden, familie en collega's samen een wedstrijd te kijken of erover te praten. Samen naar NOS Studio Sport ("met het bord op schoot") kijken of samen live sport kijken, verbreedt en versterkt sociale relaties.

Het Wij gevoel

Het idee dat heel Nederland meeleeft geeft een gevoel van eenheid: "Het Wij-gevoel". Ook maken sportprestaties - met bijhorend commentaar van de NOS - onderdeel uit van het collectieve geheugen van Nederlanders.

Sportjournalistiek inspireert sociaal gedrag

Sportjournalistiek inspireert mensen in het dagelijks leven. Zo vergroot sportverslaggeving het inlevingsvermogen en biedt sportcommentaar en -verslaggeving een kader voor hoe we - binnen en buiten het veld - met elkaar omgaan. Bovendien geeft sportjournalistiek een uniek platform voor het verkennen, ervaren en uiten van emoties.

Onderscheidend karakter NOS

De respondenten uit het onderzoek van de VU geven aan dat betrouwbaarheid, objectiviteit, betrokkenheid en aandacht voor een variëteit aan sporten, onderscheidende eigenschappen zijn van NOS Sport in het sportjournalistieke landschap.



verantwoording

Onderzoek afgerond in 2019
Uitgevoerd door VU Amsterdam • Jan Boesman en Irene Costera Meijer & NOS Onderzoek • Paul Hek
Meer informatie: onderzoek@nos.nl