

**Volkan Uce  
Sarah Schueremans  
Knut De Swert**

**Dat was Het Nieuws:  
Een onderzoek naar de invloed van de  
vernieuwingsoperatie van 2004 op de nieuwsinhoud.**

**PSW-paper 2006/5**

**Communicatiewetenschappen**

Volkan Uce studeerde Politieke Wetenschappen aan de faculteit Politieke en Sociale Wetenschappen van de Universiteit Antwerpen. Tijdens zijn studies werkte hij als codeur voor het Elektronisch NieuwsArchief.

Uce@telenet.be

Sarah Schueremans is wetenschappelijk medewerker aan de Universiteit Antwerpen (UA). Binnen het departement Politieke Wetenschappen maakt ze deel uit van de onderzoeksgroep Media, Middenveld en Politiek (M<sup>2</sup>P). Per 1 oktober 2005 begeleidt ze het Elektronisch NieuwsArchief, waar zowel studenten als academische medewerkers een beroep op kunnen doen. Haar voornaamste interesses zijn televisienieuwsuitzendingen en framing in het bijzonder.

Sarah.Schueremans@ua.ac.be

Knut De Swert is mandaatassistent Politieke Communicatie aan de Universiteit Antwerpen. Hij behoort tot de onderzoeksgroep Media, Middenveld en Politiek ([www.m2p.be](http://www.m2p.be)). Zijn onderzoeksinteresses zijn extreem rechts in de media, diversiteit in televisienieuws, tabloidisering en mediarepresentatie van politieke actoren.

Knut.Deswert@ua.ac.be

## Inleiding<sup>1</sup>

De nieuwsbulletins op VTM en Eén ondergaan op tijd en stond een facelift. De laatste dateert van begin 2004, toen beide zenders ongeveer gelijktijdig duidelijk zichtbare veranderingen ondergingen. Zowel Het Nieuws als Het Journaal voerden vormelijke veranderingen door die eenvoudig vast te stellen zijn, maar de vernieuwing bij VTM was toch veel grootser opgezet dan deze op Eén. De eerste kiemen van de vernieuwing van Het Nieuws werden gelegd met de transfer van Eén-nieuwsanker Stef Wauters, die aan de slag ging als hoofdredacteur en -anker van het VTM-Nieuws. Deze vernieuwing is dan ook heel goed voorbereid en heeft zowel betrekking op de vorm als op de inhoud van Het Nieuws. Ze werd dan ook met luid tromgeroffel werd aangekondigd en voorgesteld als een grote ommezwaai. De vraag is echter in hoeverre de veranderingen ten gevolge van de vernieuwingsoperaties in de praktijk (het gewenste) effect gehad hebben.

De achterliggende redenen voor de vernieuwingsoperaties worden meteen duidelijk als we naar het discours van enkele van de protagonisten van zowel de commerciële als de openbare nieuwsdienst gaan kijken. Beide redacties zijn in hun communicatie heel open over de doelstelling van hun product en de inhoudelijk motieven daarachter.

*“De omgeving van waaruit je vijf keer per dag uitzendt, wordt heel snel versleten en moet dus regelmatig vernieuwd worden met kleine of grotere ingrepen. De vernieuwing van 2004 was een relatief kleine ingreep.”*

*(Wim Willems, chef nieuws Eén, 2005)*

*“Wij proberen met ons nieuws een zo breed mogelijk publiek te bereiken. Dat kunnen we enkel doen als we nieuws maken dat de mensen interesseert en niet het nieuws dat journalisten interesseert.”*

*(Faroek Özgünes, nieuwsanker VTM-Nieuws, 2005)*

*“Als het nieuws geen belang heeft voor de mensen, dan is het geen nieuws.”*

*(Stef wauters, hoofdredacteur VTM-Nieuws, 2005)*

De nieuwsmakers van beide zenders geven daarbij aan dat de vernieuwing moet beschouwd worden als een strategische zet om zich te onderscheiden van de concurrent. De verschillen tussen beide nieuwsbulletins waren in de loop der jaren steeds kleiner geworden. Vergelijkend onderzoek naar de nieuwsuitzendingen in 2003 leert ons inderdaad dat beide zenders steeds meer op elkaar begonnen te lijken

---

<sup>1</sup> Deze paper is gebaseerd op het eindrapport van het leeronderzoek “Nieuwsoorlog II” van Inge Adriaenssens, Katrien De Schepper, Maarten Delvaux, Okke Deprettere, Tom Buyckx, Peter Goovaerts, Mona Heyrman, Els Lamberts, Marian Mertens, Wim Morbée, Volkan Uce, Liesbet Van Houtte, Nena Vandecruys, Wouter Vanmeert en Geert Vansant.

(Van Craenenbroeck e.a., 2005). Volgens Özgünes werd Het Nieuws op VTM onder invloed van Het Journaal op Eén steeds ernstiger. Het Journaal bracht op haar beurt steeds meer populair nieuws, hoewel men op de VRT-nieuwsredactie liever wijst op de veranderingen die bij VTM hebben plaatsgevonden.

*“VTM heeft duidelijk beseft dat het geen goede optie was om Eén te kopiëren, omdat ze een heel ander publiek hebben, een heel ander marktsegment. Ze zijn dan ook teruggegaan naar hun roots, namelijk het populaire marktsegment.”*

*(Wim Willems, 2005)*

De vernieuwing van Het Nieuws zou dus als doel hebben het terugwinnen van kijkers door dat deel van het publiek aan te spreken dat behoefte zou hebben aan meer populair of minder zwaar nieuws, nieuws dat dicht bij de mensen staat. De concrete invulling van die vernieuwing heeft betrekking op vele inhoudelijke aspecten van Het Nieuws. Vanuit de opvatting om dicht bij de mensen te staan, zal er bijvoorbeeld bewust minder aandacht worden besteed aan nieuws uit het buitenland of nieuws uit de Wetstraat.

*“[Bij de vernieuwing] is er strenger geselecteerd in de keuze van onderwerpen. Deze hebben uiteraard als gevolg dat er minder buitenlands nieuws zal zijn. Maar het belangrijkste buitenlands nieuws zal er wel inzitten.”*

*(Faroek Özgünes, 2005)*

*“Het gehakketak en het spierballengerol in de Wetstraat is veel minder relevant, want daarmee maakt men geen beleid.”*

*(Stef Wauters, 2005)*

Daarnaast impliceert ‘dicht bij de mensen’ ook meer gelijkheid tussen de actoren die in het nieuws aan bod komen en hun reële afspiegeling in de samenstelling van de bevolking.

Wat zijn de gevolgen van de vernieuwing van het VTM-Nieuws voor de nieuwshoud? Kunnen we aan de hand van hard wetenschappelijk onderzoek uitspraken doen over de vraag of de inhoudelijke doelstellingen van de vernieuwing bereikt zijn? Zijn de publieke en de commerciële zender met hun nieuwsuitzendingen ieder een eigen weg gegaan?

We proberen deze vragen te beantwoorden aan de hand van een inhoudsanalyse van alle nieuwsuitzendingen van 19u op Eén en VTM tussen januari 2003 en december 2005, waarbij we zullen kijken naar de thema's die aan bod komen, de aanwezigheid van gruwelijke beelden, de locatie en de betrokken nieuwsbronnen in de televisienieuwsuitzendingen.

# 1. Theoretisch kader

## 1.1. Thema's

De thema's die in de nieuwsuitzendingen aan bod komen, worden in dit onderzoek onderverdeeld in drie categorieën: enerzijds hard nieuws en anderzijds soft nieuws en sensationeel nieuws. Hard nieuws bestaat uit alle nieuwsitems die betrekking hebben op politiek, oorlogen, internationale betrekkingen, economie, financiën, wetenschap en defensie. Het spreekt voor zich dat de politieke berichtgeving hierbinnen de grootste aandacht naar zich zal toetrekken. Soft nieuws bestaat uit nieuwsitems die gecodeerd zijn als items over concerten, muziek, het weer, toerisme, celebrity en royalty. In de categorie sensationeel nieuws werden alle items over criminaliteit, verkeersongevallen, terroristische aanslagen en rampen opgenomen. Deze laatste categorie is tevens een heet hangijzer binnen het debat over kwalitatieve nieuwsberichtgeving.

Vervolgens wordt politiek nieuws als belangrijkste subcategorie van hard nieuws toegelicht. Ook de categorie sensationeel nieuws wordt verder toegelicht. De aandacht voor deze thema's is te verklaren door het feit dat ze allebei goede graadmeters zijn ter controle van de beweegredenen en de gevolgen van de vernieuwing op VTM.

### 1.1.1. Politiek nieuws

Het politieke nieuws eist een belangrijke plaats op in de media. Door deze berichtgeving zou de bevolking zich een representatief beeld kunnen vormen van de politieke werkelijkheid. Voor de media zijn representativiteit, volledigheid en objectiviteit hierbij belangrijke sleutelwoorden. Dit wil niet zeggen dat de media geen selectie uit het brede politieke aanbod mogen maken. Een totaalverslaggeving zou immers onhaalbaar zijn. Wel vereist deze selectie kwaliteitsnormen opdat er politiek-maatschappelijke pluriformiteit zou zijn. Het beeld van de politieke werkelijkheid in de media is meer betrouwbaar wanneer de selectie gebaseerd is op een onwillekeurige keuze of met andere woorden wanneer de selectie een aselechte steekproef is uit het 'universum van politieke feiten' (Van Cuilenburg, Noomen en Scholten, 1992: 332). Twee criteria belichamen deze politiek-maatschappelijke pluriformiteit: afspiegeling en volledigheid. Aan het criterium van afspiegeling is voldaan als over de verschillende politieke stromingen bericht wordt naar ratio van hun positie in het politieke landschap. Beide criteria kunnen worden beschouwd als een uitwerking van de gedachte dat de media een spiegel moeten zijn van de werkelijkheid. Ze hebben echter geen aandacht voor afwijkende ideeën. Vandaar dat in het verlengde van de mediapluriformiteit ook wel geopteerd wordt voor *equal access* tot de media. Volgens dit criterium van openheid moet de bevolking over de verschillende politieke stromingen in gelijke mate geïnformeerd worden (Van Cuilenburg, Noomen en Scholten, 1992: 333).

Daarnaast is een belangrijk onderscheid dat van de *sacerdotal* tegenover de pragmatische benadering. De *sacerdotal* benadering bekijkt politieke berichtgeving als inherent belangrijk voor de democratie. De BBC huldigt deze benadering van politiek nieuws. De Britse openbare zender zal meer tijd spenderen aan politiek nieuws en aan duiding van verschillende issues in de politiek. De meer pragmatische benadering zal anders te werk gaan. Deze beoordeelt politiek nieuws met dezelfde criteria van nieuwswaardigheid als die waarmee ze de andere criteria beoordeelt. Hierdoor zal natuurlijk minder politiek nieuws de media-agenda halen en zal de kijkcijferlogica een grotere rol gaan spelen (Van Praag et al, 1998: 166; De Vreese, 2001: 159-160).

Uit onderzoek naar de verkiezingen in 1998 (nationaal) en 1999 (Europees) blijkt dat er in Nederland een evolutie aan de gang is naar een meer pragmatische manier van berichtgeving. De NOS is een pragmatischer koers gaan varen bij de verkiezingen in 1998. Dit gaat in tegen de verwachting dat een openbare omroep toch iets meer geneigd zou zijn om de *sacerdotal* benadering te verkiezen of om inzake politiek nieuws vollediger proberen te zijn dan de commerciële omroepen die de pragmatische benadering verkiezen (Van Praag, 1998: 169). De studie van Van Praag toont inderdaad aan dat de NOS tegenover de RTL meer geneigd is om de *sacerdotal* benadering te gebruiken bij de verkiezingen in 1994. In 1998 was de berichtgeving echter al een heel pak naar de pragmatische kant opgeschoven.

### 1.1.2. Sensationeel nieuws

Galtung en Ruge stelden in de jaren '60 een model op bestaande uit twaalf nieuwswaardefactoren. De kans dat een gebeurtenis of feit in het nieuws aan bod komt wordt groter naarmate aan één of meer van deze twaalf nieuwswaarden voldaan is. Hoewel het nieuwsselectieproces voor elke nieuwsredactie anders is, vormen deze criteria een goede basis (Allan, 1999: 61; Huypens, 2005: 40). Heel wat modellen hanteren nog andere criteria om te bepalen welke berichten nieuwswaarde hebben. Een criterium dat regelmatig opduikt is sensationisme: hoe sensationeler een nieuwsitem, hoe groter de kans dat het geselecteerd wordt (Van Ginneken, 1996: 28). Aangezien geen eenduidigheid bestaat over de definitie van een sensationeel nieuwsitem, blijft dit criterium eerder wazig en subjectief.

Regelmatig verschijnen studies waarin men tracht te achterhalen in welke mate het nieuws is aangetast door een sensationele invalshoek<sup>2</sup>. Toch is het zeer moeilijk om resultaten te vergelijken, laat staan algemene conclusies te trekken. De resultaten zijn

---

<sup>2</sup> Talrijke voorbeelden kunnen hier gegeven worden, bijvoorbeeld Stark, S.D. (1997), 'Tabloids invade TV news' in *Washington Monthly*, 29, 6: 38-41.; Wulfemeyer, K.T. (1982), 'A content analysis of local television newscasts: answering the critics' in *Journal of Broadcasting*, 26, 1: 481-486.; Scott, D.K., Gobetz, R.H. (1992), 'Hard news/soft news content of the national broadcast networks' in *Journalism Quarterly*, 69, 2: 406-412.

sterk afhankelijk van de televisiezender die men onderzoekt en de methodologie die men hanteert. Wel werden reeds zeer uiteenlopende manieren voorgesteld om het begrip ‘sensationalisme’ te definiëren en te operationaliseren in de context van criminaliteits-nieuws. Een universele definitie opstellen blijft echter moeilijk omdat het begrip afhankelijk is van tijd en plaats (Wiltenburg, 2004: 1383).

Het woord ‘sensationalisme’ is in de 19<sup>e</sup> eeuw ontstaan als een pejoratieve term afkomstig uit de perswereld<sup>3</sup>. Deze term was van toepassing op berichtgeving die als doel had sterke emotionele reacties op te roepen bij het publiek (Wiltenburg, 2004: 1378; Grabe, Zhou en Barnett, 2001: 636). Vele pogingen om sensationalisme te omschrijven verwijzen naar het tegengestelde. Sensationele berichtgeving wordt getypeerd door onderwerpen die het publiek amuseren, prikkelen en entertainen, terwijl niet-sensationele berichtgeving gerespecteerd wordt voor zijn (veronderstelde) bekwaamheid om de politieke en sociale kennis van het publiek te verhogen. In de literatuur verschijnen verschillende dichotomieën om dit onderscheid te illustreren: entertainen versus informeren, *infotainment* versus *edutainment*, *human interest* versus *public affairs*, *soft* nieuws versus *hard* nieuws, etc. Vaak worden thema’s in verband met beroemdheden, criminaliteit, seks, rampen, ongelukken en publieke angsten als sensationeel beschouwd (Grabe, Zhou en Barnett, 2001: 637). Toch bestaat hier lang geen eensgezindheid over.

Sommige onderzoekers beschouwen de mate waarin deze categorieën aanwezig zijn in het nieuws als graadmeter voor sensatie. Toch is het ook mogelijk om deze onderwerpen op een niet-sensationele manier te brengen. Juist om deze reden is het van essentieel belang dat men geen te enge definitie hanteert bij onderzoek naar sensationalisme: men dient zowel rekening te houden met de kwantiteit als de kwaliteit van de nieuwsberichten. Het aspect kwantiteit zou in dit geval bijvoorbeeld inhouden dat criminaliteitsitems disproportioneel meer zouden vertegenwoordigd worden in het nieuws dan ze in werkelijkheid voorkomen.

Bij de kwaliteit spelen zowel de inhoud als de vorm (grafische vormgeving, camera- en videotechnieken, audiovisuele technieken, etc.) van het nieuwsbericht een rol. Sensationalisme in het nieuws is veel meer dan een nieuwsbericht op zich. De wijze waarop een item wordt gebracht heeft invloed op het feit of het publiek het nieuws als geloofwaardig en objectief, of juist als sensationeel beoordeelt. Op deze vormelijke elementen wordt wel eens kritiek geuit, in die zin dat journalisten via deze elementen het nieuwsbericht kunnen vertekenen. Vele onderzoeken over televisienieuws baseren zich voornamelijk op de inhoud en in mindere mate op de vorm (Grabe, Zhou en Barnett, 2001: 638-639; Skogan, 1995: 149; Grabe, Lang en Zhao, 2003: 388). Een kleine, maar groeiende groep onderzoekers heeft ook aandacht voor de invloed van vormelijke aspecten op de manier waarop het publiek de inhoud van het nieuws

---

<sup>3</sup> Voor een diepgaand onderzoek naar de historische roots van sensationalisme, zie Joy Wiltenburg ‘True Crime: The Origins of Moderns Sensationalism’.

evalueert<sup>4</sup>. Via het gebruik van vormelijke aspecten kan een niet-sensationeel thema worden getransformeerd naar een sensationeel thema. Men verwijst hier naar de term *embedded sensationalism*. Sommige zenders achten sensationele thema's minder interessant en zullen op een andere manier de aandacht van de kijkers proberen te trekken. Zo kan een deel van het nieuws gebracht worden vanuit een invalshoek gebaseerd op sensationisme en human interest (Slattery, Doremus en Marcus 2001: 292-293; Grabe, Zhou en Barnett, 2001: 652).

Een studie specifiek gericht op sensationisme in het nieuws over criminaliteit werd uitgevoerd door Kenneth Dowler<sup>5</sup>. Dowler hanteerde enkele concrete criteria (zowel inhoudelijk als vormelijk) die wijzen op een sensationele criminaliteitberichtgeving, zoals de aanwezigheid van bekende of vooraanstaande personen, humoristische elementen, beelden vanuit een helikopter of beelden van slachtoffers, items die beschreven worden als bizar, wild, ongelooflijk, etc.

Voorafgaande studies en de uitlatingen van verschillende journalisten hebben geleid tot volgende hypothese:

H1. Na de vernieuwing is er op VTM minder hard en sensationeel nieuws te zien en meer soft nieuws.

De vermindering van het harde nieuws is voornamelijk te wijten aan de vermindering van de politieke berichtgeving in het televisienieuws. Vanuit het verlangen om het nieuws draaglijker te maken, zal er tevens meer aandacht zijn voor soft nieuws. Dat de eerste hypothese stelt dat er een vermindering van sensationeel nieuws wordt verwacht, is een gevolg van de wens van Stef Wauters om minder te focussen op criminaliteit. Dit impliceert gelijktijdig een verwachte vermindering van gruwelijke beelden in Het Nieuws.<sup>6</sup>

H2. VTM toont sinds de vernieuwing minder beelden van geweld, doden en gewonden.

Dit is nochtans tegenstrijdig met de commerciële marktlogica. De literatuur leert ons dat het tonen van dergelijke beelden als een maatstaaf voor commercialisering kan beschouwd worden.

---

<sup>4</sup> Fiske, J. (1987), *Television Culture*, London: Routledge, 353 p.; Grabe, M.E. (1996), 'The South African Broadcasting Corporation's coverage of the 1987 and 1989 elections: the matter of visual bias' in *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 36: 395-410.; Kepplinger, H.M. (1982), 'Visual biases in television campaign coverage' in *Communication Research*, 9, 3: 432-446.

<sup>5</sup> Dowler, K. (2004), 'Comparing American and Canadian local television crime stories: a content analysis' in *Canadian Journal of Criminology and Criminal Justice*, 46, 5: 573-596.

<sup>6</sup> Debackere, J. (05/02/2005), 'Het bloed mag niet van het scherm druipen' in *De Standaard*, p. 32.



## 1.1. Locatie

Het onderzoek met betrekking tot de locatie richt zich vaak op het klassieke onderscheid tussen binnenlandse en buitenlandse berichtgeving in nieuwsuitzendingen. Dieper ingaan op buitenlands nieuws maakt het mogelijk om hierin een onderscheid te maken tussen puur buitenlands nieuws en de domesticatie van de berichtgeving over het buitenland. Er is sprake van domesticatie wanneer in een nieuwsitem over het buitenland op de één of andere manier een link wordt gelegd met België.

### 1.1.1. Buitenlands nieuws

Wat in het buitenland gebeurt, heeft steeds meer impact op onze nabije omgeving. Zo kunnen fluctuaties in de internationale handel de olieprijs doen schommelen en een oorlog in een ver land kan door het internationaal belang ervan een impact hebben op onze directe leefomgeving (Coolsaet, 1999: 22). Het is dan ook interessant om op de hoogte te zijn van wat er zich aan de andere kant van de wereld afspeelt. De media zijn voor velen vaak de enige manier om informatie te vergaren over deze gebeurtenissen. Veel meer dan bij de berichtgeving over binnenlands nieuws, is het publiek afhankelijk van de media voor buitenlandse berichtgeving. In een steeds kleiner en complexer wordende wereld is een goede en diepgaande berichtgeving hierover noodzakelijk. Het is immers één van de weinige bronnen die de mens kan gebruiken om meer inzicht te krijgen in sociale, economische en culturele evoluties (Wu, 2003: 10).

Men zou verwachten dat de toenemende globalisering en de snellere informatiestroom die daarmee gepaard gaat, ervoor zou zorgen dat het aandeel buitenlandse berichten in de nieuwsuitzendingen gevoelig zou stijgen. Dit is echter niet zo. Buitenlandse berichtgeving krijgt steeds minder aandacht in het televisienieuws. Hess (1996: 9) heeft vastgesteld dat het buitenlandse nieuws wereldwijd tot gemiddeld 35 procent is gedaald. Ook het onderzoek van Slattery, Doremus en Marcus (2001: 295) toont aan dat de afgelopen 30 jaar het aandeel binnenlandse aangelegenheden in een nieuwsuitzending is gestegen ten koste van de buitenlandberichtgeving. In Vlaanderen zou de buitenlandse berichtgeving gemiddeld ongeveer 40 procent van het nieuwsaanbod bedragen. In 2003 was dat percentage reeds gestegen tot 44 procent (Biltreyst en Joye, 2005: 157-174).

De afname van buitenlandse berichtgeving in het televisienieuws is vooral een gevolg van de hoge financiële kost ervan en van de commercialisering van de media. Buitenlands nieuws is het duurste nieuws: het vergt veel tijd en ruimte om de complexe gebeurtenissen aan het publiek uit te leggen (Hachten, 1998: 117; Hess, 1996: 6). Bovendien stellen sommigen dat buitenlands nieuws de meeste kijkers toch niet interesseert: mensen zouden meer geboeid zijn door zachter nieuws en nieuws dat zich dicht bij huis afspeelt (Hachten, 1998: 119–120; Hess, 1996: 9). In een

commercieel klimaat kunnen nieuwsmedia dan niet anders dan volgen. Dat harder nieuws, zoals internationale politiek, plaats moet maken voor zachtere topics, is volgens Biltereyst een gevolg van de opkomst van de *first person television*. Daarbij gaat men zich meer concentreren op het publiek zelf en maakt objectieve, abstracte nieuwsverslaggeving plaats voor het subjectieve en persoonlijke relaas van de man/vrouw in de straat (Biltereyst, 2000: 13). Concurrentie, commercialisering en popularisering zorgen er dus voor dat minder aandacht wordt geschonken aan nieuws waar het publiek weinig in geïnteresseerd is, zoals hard buitenlands nieuws (Biltereyst en Joye, 2005: 157-174). Dit wil niet zeggen dat de gebeurtenissen in het buitenland aan het oog van de media zullen voorbijgaan. Maar omdat buitenland in een blokje wordt geperst, zal de nodige achtergrond voor duiding van feiten wel ontbreken.

*“Er zijn geen criteria, maar er wordt wel strenger geselecteerd in de keuze van onderwerpen. Er is een globale aanpassing om het nieuws dichterbij de mensen te brengen, met als gevolg dat er minder buitenlands nieuws zal zijn. Maar het belangrijkste buitenlands nieuws zal er wel inzitten.”*

*(Faroek Özgünes, 2005)*

Buitenlands nieuws zal sneuvelen in een poging om Het Nieuws dichterbij de mensen te brengen. Omdat VTM minder dan vroeger de aandacht wil vestigen op buitenlandse berichten, stelt het eerste deel van onze hypothese dat het aandeel puur buitenlands nieuws op VTM na de vernieuwing zal gedaald zijn. Wim Willems van zijn kant, beweert dat buitenlands nieuws altijd belangrijk zal blijven voor Eén omdat de openbare omroep de plicht heeft om steeds een stap verder te kijken. Een tweede deel van de hypothese luidt dan ook dat Eén geen noemenswaardige daling in buitenlandse berichtgeving zal brengen na de vernieuwing.

### **1.1.2. Gedomesticeerd nieuws**

Om uit de enorme hoeveelheid buitenlands nieuws die elke dag op een nieuwsredactie binnenkomt een aantal berichten te selecteren die de kijker interessant zal vinden, doet de journalist een beroep op nieuwswaarden. Eén van die nieuwswaarden is nabijheid (McQuail, 2000: 342; Biltereyst en Joye, 2005: 157-174). Hoe dichterbij een gebeurtenis zich ontwikkelt, hoe meer kans dat deze gebeurtenis nieuwswaardig wordt geacht. Journalisten kiezen nieuwsverhalen uit waarvan ze denken dat deze voor hun publiek relevant zijn en daarbij speelt nabijheid een grote rol (Hachten, 1996: 123; DeWerth-Pallmeyer, 1997: 47; McQuail, 2000: 230–231, 341). Het doel is dus om gebeurtenissen aan de levens van het publiek te koppelen (Hachten, 1996: 43). Een handige manier om dat te doen is door middel van *domesticatie*. Gurevitch (in Clausen, 2004: 28) ziet domesticatie als een tegengewicht voor globalisering. Domesticatie dient om globale gebeurtenissen aantrekkelijk en relevant te maken door ze om te zetten naar de cultuur en dominante ideologie van de eigen samenleving. Biltereyst (en Joye, 2005: 157-174) merkt op dat buitenlandse

nieuwsfeiten voor de Vlaamse kijker toegankelijk worden gemaakt door parallellen te zoeken. Daarnaast vindt men domesticatie ook bij gebeurtenissen in (doorgaans) niet-nieuwswaardige landen.

Uit onderzoek blijkt dat domesticatie een belangrijk aspect is in nieuwsuitzendingen. Hess (1996: 8) kwam tot de conclusie dat de helft van de buitenlandse berichten in Amerikaanse nieuwsuitzendingen, handelt over Amerikaanse burgers of het Amerikaanse buitenlandse beleid. Er werd dus telkens een duidelijke link met de binnenlandse situatie gezocht (Hess, 1996: 33). Biltreyst en Joye stelden vast dat 15 procent van het buitenlands nieuws op Eén en VTM in 2003 werd gedomesticeerd. De gedomesticeerde items waren gemiddeld wel korter in tijdsduur dan de items over puur buitenlands nieuws (Biltreyst en Joye, 2005: 157-174). Sinardet en Van den Bulck, tenslotte, stelden vast dat bijna een kwart van de expliciete en impliciete verwijzingen naar binnenlandse nationale identiteiten in de Belgische journaals voor kwam in items over het buitenland (Sinardet & Van den Bulck, 2005: 134).

Ook uit de interviews met Wim Willems en Faroek Özgünes blijkt dat er op beide redacties veelvuldig gebruik wordt gemaakt van domesticatie. Buitenlands nieuws moet relevant zijn en er dient een zekere band met de kijker te bestaan. Als er ver van ons bed een grote ramp gebeurt waarbij er helemaal geen link is met de Belgische kijker, dan is het niet vanzelfsprekend om deze gebeurtenis in het nieuws aan bod te brengen. Ook psychologische nabijheid speelt een rol bij de nieuwsselectie. Berichten over Congo bijvoorbeeld zullen meer doorwegen bij het selectieproces. Het principe is eenvoudig: Als er een link is met het publiek, zal men het bericht sneller brengen. Beide nieuwsredacties blijken een meer dan behoorlijk belang te hechten aan domesticatie.

*“Als er in Nieuw-Zeeland een Belg verongelukt, dan is dat plots wel heel dichtbij. Dat is het uitgangspunt.”*

*(Faroek Özgünes, 2005)*

Bij de vernieuwing van VTM heeft men er resoluut voor gekozen om terug te keren naar de *roots* van Het Nieuws, namelijk een zo breed mogelijk publiek bereiken door nieuws te maken dat de kijker interesseert. Daarvoor is een globale aanpassing doorgevoerd met de bedoeling het nieuws dichter bij de mensen te brengen. Wanneer VTM ook zijn buitenlands nieuws dichter naar de kijker wil brengen, dan kan men kiezen voor domesticatie om dit te bereiken. Onze verwachting is dan ook dat het aandeel gedomesticeerd nieuws op VTM zal toenemen na de vernieuwing.

H3. Na de vernieuwing zal VTM minder puur buitenlands nieuws brengen en het aandeel gedomesticeerd nieuws zal stijgen. Tevens wordt verwacht dat het aandeel buitenlands nieuws op Eén geen concrete verandering zal vertonen.

Er zijn een heleboel landen die niet snel het nieuws halen omdat ze niet voldoende aan de nieuwswaarden beantwoorden (McQuail, 2000: 231). Volgens Biltreyst en

Joye (2005: 157-174) zijn vooral de meeste Afrikaanse, Aziatische, Latijns-Amerikaanse en sommige Europese landen nieuwswaardig. De berichtgeving over deze landen is daarom erg gefragmenteerd en discontinu: men brengt enkel spectaculaire, *event-driven* berichten. Meestal blijft het daarbij en wordt over het vervolg niet meer bericht. Er is echter nog een andere manier die gehanteerd wordt om minder nieuwswaardige landen toch op de nieuwsagenda te plaatsen, namelijk via domesticatie. Door overeenkomsten en verbanden met België te zoeken zal het bericht plots wel nieuwswaardig en relevant worden voor de kijker.

Tenslotte is het belangrijk om stil te staan bij de impact van de commerciële omgeving op de berichtgeving over het buitenland. Een overweging die belangrijk is in een economisch klimaat van concurrentie is het afwegen van kosten tegenover baten. Hierdoor kan het zijn dat de informatie die ons bereikt via de televisie oppervlakkiger zal zijn, ondanks het feit dat door technologische verbeteringen de kost van de buitenlandse berichtgeving zal afnemen. Mogelijke redenen daarvoor zijn volgens Gilboa (2005: 40) dat de grote Amerikaanse nieuwsnetwerken (zoals CNN en Fox) steeds moeten proberen elkaar te snel af te zijn. Om de kosten te drukken zal de tijd die journalisten krijgen om zich in te leven in een bepaalde materie korter worden. Journalisten zullen door hun redacteurs onder druk worden gezet om snel verslag uit te brengen. Tegelijk zal het bezit van beelden zelf een ijzersterk argument zijn om ze te gebruiken. Men moet er immers zelf nog weinig aan toevoegen en tegelijk hebben ze een diepere impact dan een gewone beschrijving. Inleving en kaderschepping zullen vooral ontbreken in landen waar het televisienieuws geen vaste correspondent heeft. Journalisten worden dan gedropt in een land waar een bepaalde gebeurtenis heeft plaatsgevonden die interessant lijkt om te verslaan. Men spreekt hierbij van *parachute journalism* (Hachten, 1996: 126). De snelheid waarmee de journalist moet werken komt meestal de kwaliteit niet ten goede. Journalisten zullen soms geneigd zijn om meer hun eigen mening te geven, openlijk partij te kiezen of de situatie direct te beoordelen (Gilboa, 2005: 40).

Bovendien is de Vlaamse case des te interessanter gezien geen van beide nieuwszenders over een vergelijkbaar budget beschikt als CNN of Fox om over het buitenland te berichten. De Vlaamse zenders zijn des te meer aangewezen op correspondentennetwerken. Eén doet samen met andere openbare stations een gezamenlijk beroep op de European Broadcasting Union (EBU), terwijl VTM en andere commerciële zenders het moeten stellen met het private equivalent European News Exchange (ENEX). Ook hier gelden de simpele regels van de markt: wegens budgettaire redenen moet ENEX zich noodgedwongen beperken tot enkele selecte landen, terwijl EBU quasi automatisch meer voet aan grond heeft in het buitenland (Van Craenenbroeck e.a., 2005: 28). Het marktmechanisme en haar gevolgen ondersteunen tevens onze hypothese dat het aandeel puur buitenlands nieuws op VTM zal dalen na de vernieuwing.

## 1.2. Personen

In het al bij al vrij zeldzaam onderzoek naar mensen in het televisienieuws kunnen ruwweg twee soorten onderzoeksvragen onderscheiden worden. Ten eerste gaat het vaak om de vraag welke personen het meest aan bod komen. Krijgen politici van een regeringspartij meer aandacht dan politici van een oppositiepartij? Worden vrouwen in het journaal ondervertegenwoordigd ten opzichte van mannen? Wie krijgt de meeste spreektijd: experts of gewone mensen? En wie komt het langst in beeld? Een tweede onderzoeksvraag is minder eenvoudig meetbaar, maar zeker zo belangrijk. Het gaat dan om de manier waarop het journaal de actoren voorstelt of *framet*. Worden mannen en vrouwen nog steeds voorgesteld in hun traditionele rollen, of is die tijd voorbij?

Het debat over de ondervertegenwoordiging van vrouwen of de kritiek van oppositiepartijen dat zij veel minder aan het woord worden gelaten in het televisienieuws, is in deze paper niet aan de orde. In dit onderzoek willen we verder gaan dan de vaak voorkomende dichotome opdeling. De keuze van de betrokken nieuwsredacties om net die personen aan het woord te laten en andere niet werd dan ook verder onderzocht. We maakten daarbij een onderscheid in vier categorieën van actoren: elites, gewone mensen, experts en vertegenwoordigers van het middenveld. Voorgaand onderzoek ondersteunt deze opdeling in actoren.

Een begrip dat meer duidelijkheid brengt in deze opdeling naar actoren, werd door Jon Dovey voorgesteld. Hij spreekt over *first person media*<sup>7</sup> (Dovey, 2000: 1, 25, 155). Dit concept overvleugelt de verschillende media en staat voor de interesse in het subjectieve, het autobiografische en het confessionele. De media zetten meer en meer de individuele ervaring van het subject in de kijker. Deze tendens zet zich door ten koste van de objectieve stem van de belangeloze expert. Het traditionele nieuws met de typische top-down journalistiek wijkt – vooral op commerciële zenders – voor een bottom-up benadering (Biltreyst, 2000: 49). Dit betekent dat het nieuws steeds meer wordt gemaakt op basis van de belangen, de belangstelling en de kennis van ‘Jan met de pet’. Concreet betekent dit dat het straatinterview steeds vaker en de expert steeds minder in beeld komt.

Deze evolutie heeft zowel negatieve als positieve implicaties. Een toename van gewone niet-deskundige personen die hun subjectieve en emotionele mening ventileren op televisie brengt een verschuiving in de maatschappelijke cultuur met zich mee, met tevens belangrijke gevolgen voor het bestuur van de samenleving. De consensusmaatschappij dreigt door ongefundeerde uitlatingen met betrekking tot belangrijke thema's aan stabiliteit in te boeten. Toch brengt de hervorming van het traditionele nieuws door het gebruik van meer gewone personen ook een toename van herkenbaarheid en betrokkenheid teweeg bij het publiek. Daarom kan men stellen dat deze evolutie niet enkel ingegeven is door commerciële overwegingen, maar

---

<sup>7</sup> Hier werd eerder al naar verwezen in de derde paragraaf over buitenland nieuws (1.2.1.) op p. 9-10.

evenzeer door een streven naar een betere toegankelijkheid en begrijpelijkheid van het nieuws (Biltereyst, 2000: 14-15, 50; Dovey, 2000: 1, 25, 155).

Naar de verhouding tussen anonieme personen en deskundigen in het nieuws werd reeds eerder onderzoek gedaan. Eldridge (1995) toonde aan dat naar aanleiding van een sociaal conflict tussen vuilniswagenchauffeurs en hun werkgever de overgrote meerderheid van de mensen die op tv aan het woord kwamen specialisten of gezagsdragers zijn, en slechts een zeer kleine minderheid van vakbondsafgevaardigden. Hieruit leidde Eldridge af, dat journalisten bij sociale conflicten de berichtgeving in grote mate kunnen manipuleren door hun keuze van personen die ze aan het woord laten.

Ook Van Dijk (1996: 11-12; 25-26) deed onderzoek naar de toegang tot de media voor verschillende soorten actoren. Dat bleek geen sinecure, want de invloedrijke personen stonden in 'pole-position' om hun aandeel in de nieuwsreportages op te eisen. Het ging dan voornamelijk om elite-groepen zoals hoogwaardigheidsbekleders, politici, managers en professoren. De gewone mens kwam als ongeloofwaardige en invloedarme actor minder aan bod. Deze conclusie is enigszins tegengesteld aan voorgaand onderzoek van Eldridge en het first person media concept van Dovey. Het analyseren van de verhouding van het aandeel deskundigen tegenover het aandeel anonieme personen per zender, blijkt aldus een erg interessante onderzoekspiste.

Uit de literatuur blijkt dat er een effectieve stijging is in het aantal experts, zowel in kranten als talkshows als in televisienieuwsuitzendingen. Doordat onze maatschappij steeds complexer wordt, treden steeds meer menswetenschappers naar voor om de situatie uit te leggen en te verklaren. Nieuwsbulletins bieden het perfecte platform aan de expert, maar tegelijk wordt de expert misbruikt. Omwille van de strijd om de kijker wordt de expert ingeschakeld om de betrouwbaarheid van de eigen berichtgeving te verhogen. De nieuwslezer representeert de vragen van het volk, en zodoende is het aan het woord laten van experts een nieuwe manier om aan niet elitaire interpretatieve journalistiek te doen. Elites worden steeds vaker gemeden, net als vertegenwoordigers van het middenveld.

De redactionele keuze om steeds vaker terug te grijpen naar een expert in de studio houdt echter ook in dat de nieuwsdienst makkelijk kan vervallen in een routinematige denktank die steeds dezelfde experts aan het woord laat. Unrealistische deadlines en de nood om in sneltempo toch gefundeerde nieuwsitems te brengen zijn een duidelijke stimulans voor dergelijke praktijken.

Op basis van het voorgaande werd een vierde en laatste hypothese opgesteld:

H4. Na de vernieuwing is er bij VTM meer aandacht voor gewone mensen als nieuwsbronnen. Elitenieuwsbronnen zullen meer vermeden worden. Als uitleg nodig is, zal VTM eerder teruggrijpen naar experts dan naar elites of woordvoerders van het middenveld.

## 2. Data en methodologie

Deze paper maakt gebruik van data van het Elektronisch Nieuws Archief (ENA – [www.nieuwsarchief.be](http://www.nieuwsarchief.be)). Dit is een wetenschappelijke service en database die sinds 1 januari 2003 alle hoofdnieuwsuitzendingen (19u) van de openbare en de commerciële omroep in Vlaanderen (respectievelijk Eén en VTM) archiveert. Deze uitzendingen worden niet alleen opgeslagen, maar ook inhoudelijk gecodeerd en ontsloten door een thematische thesaurus. De codering gebeurt door een team van getrainde, langdurig op het project tewerkgestelde codeurs die nauwgezet gecontroleerd worden op de betrouwbaarheid van hun werk.

De data die beschikbaar waren bij publicatie van deze paper (1 januari 2003 tot 31 december 2005) vormen de onderzoeksperiode van deze paper. We werken dus niet met een steekproef, maar met de volledige inhoud van de hoofdjournaals binnen de onderzoeksperiode. In totaal gaat het om 2.192 nieuwsuitzendingen (1096 uitzendingen voor Eén en 1096 voor VTM), die zijn opgesplitst in 48.240 afzonderlijke nieuwsitems (24.993 voor Eén en 23.247 voor VTM). Als datum voor de vernieuwing van VTM werd 1 februari 2004 genomen, omdat rond die periode de vernieuwing ook publiek duidelijk werd gemaakt en een nieuw decor daarbij voor een visuele verandering zorgde.

Een nieuwsuitzending bestaat over het algemeen uit ca. twintig nieuwsitems. Elk item dat wordt aangekondigd door een nieuwslezer of duidelijk wordt afgebakend door een generiek, wordt als een apart nieuwsitem beschouwd. Een onderwerp in het nieuws hoeft dus niet per definitie gevat te worden in één item (bijvoorbeeld: een geval van vogelgriep in Turkije, en de reactie van de Belgische autoriteiten kunnen als twee afzonderlijke items gecodeerd worden). Specifieke items, zoals aankondigingen van andere programma's, opwarmers voor items later in het nieuws, weerberichten, andere speciale rubrieken en het sportnieuws worden niet gecodeerd en zijn dan ook niet opgenomen in de onderzoekspopulatie voor dit onderzoek. Vooral de invloed van het niet opnemen van het sportnieuws op het einde van het nieuws dat gelezen wordt door een aparte sportnieuwslezer, is niet onbelangrijk, aangezien het vaak om een relatief groot deel van het nieuws gaat. Dit sportnieuws is dus niet inbegrepen in bijvoorbeeld de categorie soft nieuws, en ook de nieuwsbronnen van het sportnieuws (traditioneel veel minder elite-gericht) zijn dus niet opgenomen.

Uiteraard zijn niet alle items even belangrijk in een nieuwsuitzending. In onze analyse wordt waar mogelijk gewogen met de duurtijd van een item, of, in het geval van de nieuwsbronnen, met de duurtijd van de tussenkomst van een nieuwsbron. Langere nieuwsitems en langere quotes tellen dus zwaarder mee.

### 3. Analyse

#### 3.1. Thema's

Zoals reeds eerder vermeld werd geopteerd voor een opdeling naar drie soorten nieuws: hard nieuws, soft nieuws en sensationeel nieuws. We vergelijken beide zenders met elkaar en dit zowel voor als na de vernieuwingsoperatie.

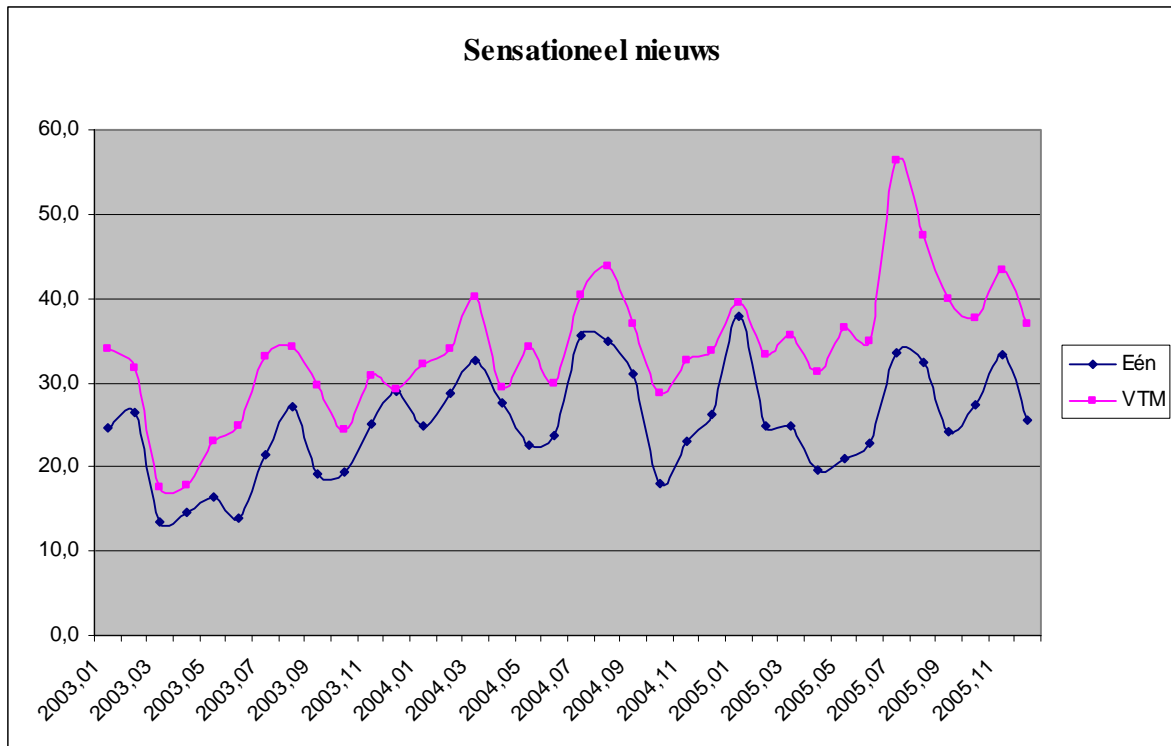
	Eén		VTM	
	Voor Vernieuwing	Na Vernieuwing	Voor Vernieuwing	Na Vernieuwing
Hard nieuws	44,1	35,4	36,2	26,2
Politiek nieuws	14,1	12,4	11,5	8,1
Soft nieuws	10,2	11,8	14,1	15,7
Sensationeel nieuws	20,9	27,3	27,5	37,3

**Tabel 1: Verschil in aandacht voor thema's (gegroepeerd) per zender voor en na de vernieuwing**

Tabel 1 bevestigt dat er na de vernieuwing op VTM minder hard nieuws te zien is op beide zenders. In Het Nieuws daalt het percentage hard nieuws met 10%, maar ook op Eén daalt dit percentage met een gelijkaardige 8,7%. Wanneer de specifieke categorie van politieke nieuwsberichtgeving in rekening wordt gebracht, zien we dat deze slechts gedeeltelijk de verminderde aandacht voor hard nieuws verklaart. In Het Journaal op Eén is er een daling met 1,7%, op VTM is deze daling twee keer zo groot met 3,4%.

Tegelijk is er op beide zenders een gelijke toename aan soft nieuws (+1,6%) waar te nemen na de vernieuwing. Voor het aandeel sensationeel nieuws blijken beide zenders na de vernieuwing tegen de verwachtingen in een sterk verhoogde aandacht te vertonen. Eén brengt 6,4% meer sensationeel nieuws dan voorheen en VTM doet daar nog eens meer dan de helft bij, met een stijging van 9,8% in vergelijking met de periode voor februari 2004.





**Grafiek 1: Aandeel sensationeel nieuws op Eén en VTM**

Wat betreft sensationeel nieuws zijn de verwachtingen duidelijk niet ingelost. Sinds de vernieuwing komt sensationeel nieuws veel meer aan bod, en dit op beide zenders. Wanneer we sensationeel nieuws van naderbij bekijken (grafiek 1), wordt duidelijk dat ondanks de stijging op beide zenders, VTM onklopbaar is inzake het aandeel sensationeel nieuws. Het verschil tussen beide zenders wordt vanaf 2005 zelfs groter.

Concluderend kunnen we stellen dat de eerste hypothese slechts deels kan worden bevestigd. Er komt minder hard nieuws aan bod op Het Nieuws na de vernieuwing. Ook de daling van het aandeel politieke berichtgeving is daar een mooie graadmeter van. Dat het aandeel soft nieuws mede hierdoor zou stijgen werd eveneens bevestigd door de analyses. Beide zenders vertonen meer soft nieuws sinds de vernieuwing. Echter, het aandeel sensationeel nieuws is sterk gestegen, in tegenstelling tot de uitdrukkelijke wens van Stef Wauters om het aandeel criminaliteitberichtgeving in te perken om de angstgevoelens bij de kijker niet op te drijven.

In het verlengde van de eerste hypothese verwachtten we dat VTM na de vernieuwing minder beelden van geweld, doden en gewonden zal tonen. Tabel 2 geeft de objectieve cijfergegevens weer:

	Eén		VTM	
	Voor Vernieuwing	Na Vernieuwing	Voor Vernieuwing	Na Vernieuwing
Beelden doden	4,0	3,3	4,5	4,4
Beelden geweld	3,3	2,0	3,5	2,5

**Tabel 2: Beelden doden en beelden geweld naar zender per periode**

VTM toont sinds de vernieuwing duidelijk minder beelden van geweld (-1%) en minder beelden van doden en gewonden (-0,1%). De tweede hypothese wordt bevestigd. Ook de openbare omroep toont na de vernieuwing minder beelden van geweld (-1,3%) en doden en gewonden (-0,7%). Desondanks blijft VTM haar leiderspositie behouden inzake gruwelijke beelden. De commerciële zender toont 1,1% meer beelden van doden en gewonden en een halve procent meer beelden van geweld.

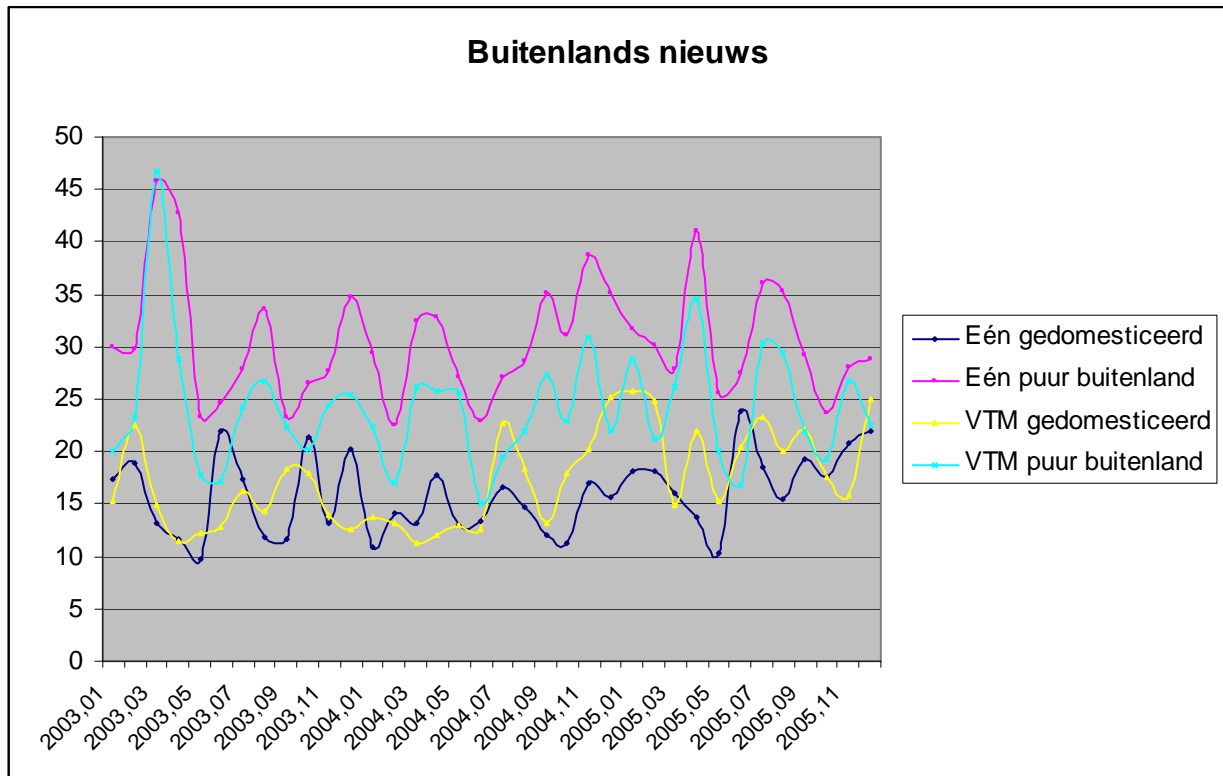
### 3.2. Locatie

Voor de locatie of regio waar het item zich afspeelt, werd een onderscheid gemaakt naar puur binnenlands nieuws, puur buitenlands nieuws (zonder België) en gedomesticeerd nieuws (buitenlands nieuws met een link naar België). Door de productiekosten hieraan verbonden en de redactionele visie om het nieuws dichterbij de mensen te brengen, wordt verwacht dat VTM na de vernieuwing minder puur buitenlands nieuws zal brengen en meer gedomesticeerd buitenlands nieuws.

	Eén		VTM	
	Voor Vernieuwing	Na Vernieuwing	Voor Vernieuwing	Na Vernieuwing
Gedomesticeerd	15,3	16,2	15,1	18,6
Puur Buitenland	30,7	30,4	24,6	24,0
Puur Binnenland	54,0	53,4	60,3	57,4

**Tabel 3: Buitenlands nieuws naar zender per periode**

Wat betreft puur buitenlands nieuws is de invloed van de vernieuwing quasi nihil. Voor de nieuwsbulletins op de openbare omroep komt dit niet als een verrassing. Wim Willems, Chef Nieuws op Eén, had ons in een interview immers gezegd dat de buitenlandberichterijding in Het Journaal haar prioriteit zou blijven behouden. Een daling van 0,3% is dan ook te verwaarlozen. Voor VTM is de daling met 0,6% echter minder spectaculair dan verwacht. Voor gedomesticeerd buitenlands nieuws is er op beide zenders een stijging waar te nemen na de vernieuwing. Dit ligt binnen de verwachtingen. Deze stijging op VTM (+3,5%) is bijna vier keer zo groot als die op Eén (+0,9%).



**Grafiek 2: Buitenlands nieuws naar zender per periode**

De trendlijn voor gedomesticeerd nieuws is op VTM dalend voor de vernieuwing, en vrij sterk stijgend na de vernieuwing (zie grafiek 2). Na de vernieuwing brengt VTM dus minder puur buitenlands nieuws en het aandeel gedomesticeerd nieuws is gestegen. Op Eén daalt het aandeel puur buitenlands nieuws minimaal en stijgt het aandeel gedomesticeerd nieuws met minder dan 1%. De derde hypothese werd dus in al haar geledingen bevestigd.

### 3.3. Personen

Uit het theoretisch kader bleek dat voorgaand onderzoek naar de verhouding tussen vox populi en experts of elites verschillende en eerder tegengestelde conclusies naar voren brachten. Eldridge (1995) oordeelde over een evolutie in de tijd, met name een afname van experts in het voordeel van de man/vrouw in de straat. Van Dijk (1996) van zijn kant klaagde net de algemene trend aan van een ondervertegenwoordiging van Jan met de Pet doordat de hoger gepositioneerden hun plaats in het nieuws opeisten. Beide onderzoeken dateren echter van een decennium geleden. De tijd brengt ongetwijfeld meer duidelijkheid of we al dan niet mogen spreken van een trend inzake het aan bod laten van bepaalde actoren. Tabel 4 geeft het onderscheid weer voor de vier onderscheiden soorten actoren voor en na de vernieuwing op Eén en VTM.

	Eén		VTM	
	Voor Vernieuwing	Na Vernieuwing	Voor Vernieuwing	Na Vernieuwing
Elite	52,3	44,2	48,5	37,0
Gewone mensen	16,5	21,1	21,6	27,7
Expert	7,7	7,3	8,9	8,3
Middenveld	11,5	8,6	8,0	6,4

**Tabel 4: Verdeling spreektijd naar zender voor en na de vernieuwing**

De gewone mensen hebben ontegensprekelijk in beide nieuwsuitzendingen aan belang gewonnen dankzij de vernieuwing. Op Eén is een stijging waar te nemen van 4,6%, op VTM is dit zoals verwacht nog meer met 6,1%. De spreektijd van de elite is er na de vernieuwing dan weer sterk op achteruitgegaan. Op de openbare omroep moet de elite 8,1% inboeten, op de commerciële zenders loopt dit zelfs op tot 11,5%. Ook het middenveld komt minder aan het woord sinds de vernieuwing. Opmerkelijk is echter dat de daling op Eén (-1,9%) groter is dan die op VTM (-1,6%). Na de Vernieuwing blijft Eén echter 2,2% meer mensen uit het middenveld tonen dan VTM. Voor de experts is ook een lichte terugval waar te nemen, maar deze is niet zo groot als verwacht. Op Eén boeten zij 0,4% in, op VTM 0,6%.

Na de vernieuwing is er op VTM beduidend meer aandacht voor gewone mensen als nieuwsbronnen. In de lijn van de verwachtingen moeten de drie andere actoren het met minder aandacht stellen na de vernieuwing. Elitenieuwsbronnen zullen daarbij meer dan voorhaan vermeden worden. Als uitleg nodig is, zal VTM eerder teruggrijpen naar experts dan naar elites of woordvoerders van het middenveld (H4). Ook bij Eén bestaan dezelfde tendensen.

### 3.4. Samenvattend

Om te resumeren wordt in tabel 5 een overzicht gegeven van de verbanden tussen de vernieuwing en de verschillende soorten nieuwsoutput. Het betreft een multivariate analyse, waarbij twee variabelen in het model werden gestopt: enerzijds of het gaat over nieuws op de publieke zender (kolom 1) en anderzijds of het nieuws dateert van na de vernieuwing (kolom 2).

N=72	Publieke zender	Vernieuwing	R <sup>2</sup>	Vernieuwing voor VTM alleen (bivariate correlaties) (N=36)	Vernieuwing voor EénN alleen (bivariate correlaties) (N=36)
Hard nieuws	.40**	-.35**	.26	-.39*	-.36*
Politiek nieuws	.25*	NS	.05	NS	NS
Soft nieuws	-.43**	NS	.19	NS	NS
Sensationeel nieuws	-.53**	.46**	.49	.60**	.49**
Gedomesticeerd	NS	.25*	.07	.37**	NS
Puur buitenland	.48**	NS	.21	NS	NS
Beelden doden	NS	NS	.02	NS	NS
Beelden geweld	NS	NS	.01	NS	NS
Elite	.36**	-.52**	.38	-.60**	-.50**
Gewone mensen	-.60**	.49**	.59	.65**	.56**
Expert	-.27*	NS	.06	NS	NS
Middenveld	.50**	-.42**	.41	-.43**	-.52**

**Tabel 5: verbanden per maand**

In kolom 1 zien we de structurele verschillen tussen beide zenders weerspiegeld, los van de vernieuwing. Er zijn geen statistisch significante verbanden te vinden tussen zender en het aandeel gedomesticeerd nieuws en het aandeel nieuws met doden en geweld. Dit is in de onderzoeksperiode dus niet systematisch hoger of lager bij Eén of VTM. Er is wel duidelijk een positief verband tussen nieuws op de publieke zender en de hoeveelheid hard nieuws, politiek (iets minder sterk) en puur buitenlands nieuws. De hoeveelheden soft nieuws en sensationeel nieuws liggen op Eén dan weer duidelijk systematisch lager dan op VTM. Het meest uitgesproken verband is dat tussen het VTM-Nieuws en de hoeveelheid gewone mensen in het nieuws. Ook experts zijn vaker te zien bij VTM, terwijl vertegenwoordigers van het maatschappelijke middenveld en elitebronnen veel vaker op Eén te zien zijn.

In de tweede kolom zien we de invloed van de vernieuwing, los van deze structurele verschillen tussen de zenders. Het gaat dus om de invloed op het nieuws van beide zenders. In de vierde kolom wordt de invloed van de vernieuwing voor het VTM-Nieuws alleen gegeven. Op het aandeel politiek en soft nieuws heeft de vernieuwing alvast geen vat gehad. In de periode na de vernieuwing is er wel een stuk minder hard nieuws te bespeuren in de Vlaamse nieuwsuitzendingen en heel wat meer sensationeel nieuws. Dit laatste verband is zelfs heel sterk bij VTM.

Op het aandeel puur buitenlands nieuws en het tonen van beelden van doden en geweld, heeft de vernieuwing dan weer geen enkele invloed gehad. Wat gedomesticeerd nieuws betreft, is er wel een positief verband. Na de vernieuwing is er systematisch meer gedomesticeerd nieuws. Uitsplitsing naar zender (kolommen vier en vijf) toont echter aan dat dit verschil hoofdzakelijk toe te schrijven is aan verandering in het VTM-Nieuws. Op Eén is geen statistisch significante stijging vast te stellen na de vernieuwing.

Grote verschillen zijn er wel in de representatie van de nieuwsbronnen voor en na de vernieuwingsoperatie. Elites en middenveldbronnen maken een kleiner deel uit van de nieuwsitems na de vernieuwing, ten voordele van de gewone mensen. Dit effect is bij beide zender ook apart terug te vinden, zij het een klein beetje meer uitgesproken bij de commerciële zender. Het aandeel experts dat in het nieuws aan het woord komt, wordt dan weer niet beïnvloed door de vernieuwing.

#### **4. Discussie**

De effecten van de vernieuwing van Het Nieuws zijn we nagegaan door het louter inhoudelijk te analyseren. De vergelijking tussen de periode voor en na februari 2004 werd ter controle ook toegepast op Het Journaal dat zich ongeveer gelijktijdig vernieuwde, maar dan op een meer bescheiden manier. Doorheen de hele onderzoeksperiode valt desondanks toch op hoe gelijklopend de trends bij beide zenders vaak zijn. Daarvoor zijn verschillende redenen. De eerste en voornaamste reden is dat beide redacties reageren op dezelfde gebeurtenissen in de werkelijkheid. De actualiteit zorgt -zeker in een ruwe vergelijking van percentages voor en na- dus voor een zeker parallellisme tussen beide zenders. Toch mogen we ervan uitgaan dat er naast die druk van de actualiteit voldoende ruimte is voor redactionele keuzes zoals het brengen van meer gewone mensen of meer gedomesticeerd nieuws. Wanneer VTM op die manier andere accenten gaat leggen (zoals vastgesteld), volgt Eén blijkbaar bijna altijd met gelijksoortige accenten, maar dan wel iets minder uitgesproken. De bestaande, en niet te verwaarlozen kloof tussen beide journaals (cfr. Eerste kolom tabel 5) is daardoor toch nog iets breder dan voor de vernieuwing. De vooropgestelde hoofddoelstelling van Het Nieuws om zich dankzij de vernieuwing te onderscheiden van Het Journaal is dus duidelijk gehaald. Niet doordat beide zenders zich in duidelijk verschillende richtingen gaan profileren na de vernieuwing, wel doordat EÉN een aantal trends minder uitgesproken navolgt. De vernieuwing van VTM heeft in ieder geval niet enkel Het Nieuws, maar ook het Journaal veranderd.

Het verlangen van Het Nieuws om door de vernieuwing dichter bij de mensen te staan, vertaalden we in vier hypothesen over inhoudelijke veranderingen in de hoeveelheid buitenlands nieuws, representatie van soorten nieuwsbronnen, soorten nieuws en gruwelijke beelden.

Het effect van de vernieuwing op het buitenlandse nieuws is grotendeels terug te vinden zoals het was aangekondigd. Er is inderdaad wat minder aandacht voor buitenlands nieuws. Maar deze daling blijft statistisch niet overeen als een effect van de vernieuwing. Daarbij stellen we vast dat wanneer buitenlands nieuws aan bod komt, dit steeds vaker nieuws is met een link met België. Dit hogere aandeel gedomesticeerd nieuws is wel degelijk systematisch in verband te brengen met de vernieuwing, althans voor VTM. Op dit vlak zien we op Eén een gelijkaardige beweging, maar in veel mindere mate, en het verband met de vernieuwing is voor de publieke omroep niet statistisch hard te maken. Op deze manier slaagt VTM er alvast wel degelijk in om ‘dichter bij de mensen’ te staan.

Dat blijkt ook heel duidelijk uit die andere doelstelling die ruim gehaald wordt: Na de vernieuwing is er bij VTM veel meer aandacht voor gewone mensen als nieuwsbronnen. Elitenieuwsbronnen, moeilijkere vertegenwoordigers van het middenveld, worden dan weer vermeden. Als uitleg nodig is, zal VTM eerder terugrijpen naar experts, maar dat was al evengoed zo voor de vernieuwing. Het verband tussen deze evolutie en de vernieuwing is heel sterk, ook bij Eén dat op dit vlak VTM vrij kort volgt.

Wat soort nieuws betreft, is er (ook weer in de lijn van de verwachtingen) na de vernieuwing minder hard nieuws te zien en meer soft nieuws (H1). Dit was aangekondigd, maar uiteindelijk is de lichte stijging in het aandeel soft nieuws niet significant in verband te brengen met de vernieuwing. En dat in tegenstelling tot de onverwachte, sterke stijging van het aandeel sensationeel nieuws, vooral (maar niet alleen) bij VTM. Dit staat toch wel in zwaar contrast met de woorden van Stef Wauters al zou Het Nieuws sinds de vernieuwing minder zwaar en ‘minder beangstigend’ nieuws (gaan) brengen. Ook wat beelden van doden en geweld betreft, kunnen we de lichte daling die we vaststellen statistisch niet linken aan de vernieuwing. Op dit vlak is de vernieuwing dus niet zo geslaagd. Toeval of niet, het was ook het enige kenmerk van de aangekondigde vernieuwing dat niet in de lijn lag van een marktgerichte kijkcijferlogica. Als we ervan uitgaan dat deze intenties echt waren bij het begin van de vernieuwing, lijkt het in ieder geval dat de vernieuwers bij VTM wat dit betreft tegen de muur van de commercialisering gebotst zijn, die duidelijk steviger was dan gedacht.

Samengevat kunnen we de vernieuwing van VTM inhoudelijk wel geslaagd noemen. Het verschil met Eén is groter geworden, en de nieuwsinhoud staat dichter bij de mensen. Op 12 september 2005 is VTM trouwens nog een stap verder gegaan door nu ook nieuws van de mensen aan bod te laten komen met het project 4040, de eerste nieuwslijn van Vlaanderen.

Of de niet-inhoudelijke aspecten van de vernieuwing net zo geslaagd zijn, kunnen we hier niet stellen. Dit onderzoek beperkte zich immers tot de inhoudelijke aspecten van de nieuwsuitzendingen. We kunnen geen uitspraken doen over de effecten van de vernieuwing op allerlei andere aspecten zoals beelden (cameratechnieken), woordenschat (verstaanbaarder taalgebruik) en vormelijke aspecten (video wall).

Verder onderzoek verrichten naar deze gevolgen van de vernieuwing is de boodschap.





## Bibliografie

ALLAN, S. (1999), *News culture*, Buckingham: Open University Press, 229 p.

BILTEREYST, D. (2000), *Realiteit en fictie: Tweemaal hetzelfde?*, Brussel: Koning Bouwdewijnstichting, 85 p.

BILTEREYST, D., JOYE, S. (2005) 'Voorspelbaar buitenlands. Analyse van de buiten- en de internationale berichtgeving van de EÉN- en de VTM-journaals in 2003', 157 -174 in Hooghe, M. et al, *Nieuws op televisie. Televisiejournaals als venster op de wereld*, Leuven / Voorburg: Acco

CLAUSEN, L. (2004), 'Localizing the global: 'domestication' processes in international news production' in *Media, Culture & Society*, 26, 1: 25-45.

COOLSAET, R. (1999) *De wereld van de 21ste eeuw: wanorde of déjà-vu?*, Gent: Demokritos, 52p.

DEBACKERE, J. (05-02-2005), 'Het bloed mag niet van het scherm druipen' in *De Standaard*, p. 32.

DE VREESE, C.H. (2001). 'Election coverage – new directions for public broadcasting: The Netherlands and beyond', in *European Journal of Communication* 16, 2, 155-179.

DEWERTH-PALLMEYER D. (1997), *The audience in the news*, Mahwah N.J.: Erlbaum, 129 p.

DOVEY, J. (2000), *Freakshow. First person media and factual television*, Londen: Pluto Press, 197 p.

DOWLER, K. (2004), 'Comparing American and Canadian local television crime stories: a content analysis' in *Canadian Journal of Criminology and Criminal Justice*, 46, 5: 573-596.

ELDRIDGE, J. (ed.) (1995), *Glasgow Media Group Vol.1: News content, language and visuals*, Londen: Routledge, 416 p.

GILBOA, E. (2005) 'The CNN Effect: The Search for a Communication Theory International Relation' in *Political Communication*, 21, 4: 27-44.

GRABE, M.E., ZHOU, S., BARNETT, B. (2001), 'Explicating sensationalism in television news: content and the bells and whistles of form' in *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 45, 4: 635-655.

- HACHTEN, W.A. (1998), *The troubles of journalism: a critical look at what's right and wrong with the press*, Mahwah N.J.: Erlbaum, 188 p.
- HESS, S. (1996), *International news and foreign correspondents*, Washington D.C.: Brookings Institution, 209 p.
- HUYPENS, J. (2005), *Journalistiek*, Antwerpen: Universitas, 198 p.
- McQUAIL, D. (2000), *McQuails mass communication theory*, London: Sage Publications, 542 p.
- SINARDET, D., VAN DEN BULCK, H. (2005), “‘En in eigen land ...’. Een analyse van het Belgische televisienieuws in het licht van het concept banaal nationalisme”, 119-138 in Hooghe, M. et al, *Nieuws op televisie. Televisiejournals als venster op de wereld*, Leuven / Voorburg: Acco
- SKOGAN, W.G., (1995), *Reactions to crime and violence*, London: Sage, 225 p.
- SLATTERY, K., DOREMUS, M. En MARCUS, L. (2001) ‘Shifts in Public Affairs Reporting on the Network Evening News: A Move toward the Sensational’ in *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 45, 2: 290-302.
- VAN CRAENENBROECK, W. e.a. (2005), *De Nieuwsoorlog. Een gedetailleerde vergelijking van de berichtgeving in het EEN- en VTM-journaal*, Antwerpen: 105p.
- VAN CUILENBURG, J.J., NOOMEN, G.W. en SCHOLTEN, O. (1992) *Communicatiewetenschap*, Muiderburg: Coutinho, 424p.
- VAN DIJK, T.A. (1996), ‘Power and the News Media’, 9-36 in PALETZ, D.L. (Ed.) *Political Communication in action*, Cresskill, NJ: Hampton Press, 338 p.
- VAN GINNIKEN, J. (1996), *De schepping van de wereld in het nieuws. De 101 vertekeningen die elk 1 procent verschil maken*, Houten: Bohn Stafleu Van Loghum, 191 p.
- VAN PRAAG P., VAN DER EIJK C., (1998), 'News Content and Effects in an Historic Campaign' in *Routledge*, 15, 2: 165-183.
- WILTENBURG, J. (2004), ‘True crime: the origins of modern sensationalism’ in *American Historical Review*, 109, 5: 1377-1404.
- WU, H.D (2003), ‘Homogeneity around the World? Comparing the Systemic Determinants of International News Flow between Developed and Developing Countries’ in *Gazette*, 65, 1: 9 - 24.