

KATHOLIEKE UNIVERSITEIT LEUVEN

FACULTEIT SOCIALE WETENSCHAPPEN
DEPARTEMENT COMMUNICATIEWETENSCHAP

DE EVOLUTIE VAN HET JOURNAAL OP DE OPENBARE OMROEP IN VLAANDEREN

Inhoudsanalyse van de periode 1987 - 2003

Promotor : Prof. Dr. K. Roe
Assessor: Prof. Dr. H. Vandebosch
Verslaggever: Prof. Dr. J. Huypens

VERHANDELING
aangeboden tot het verkrijgen van
de graad van Licentiaat in de
Communicatiewetenschappen
door
Patricia NELISSEN

academiejaar 2003-2004

Inhoud

Lijst van tabellen.....	4
Voorwoord.....	4
Inleiding.....	5
Hoofdstuk I: Literatuurstudie.....	8
1. Inleiding.....	8
2. Algemene structuur van nieuws op televisie.....	8
2.1. Inhoud.....	8
2.2. Vorm.....	11
2.3. Journaalpresentatie.....	13
2.3.1. Nieuwslezer of nieuwsanker?	13
2.3.2. Alleen of met twee?	14
3. Algemene geschiedenis van het nieuws op openbare televisiezenders.....	14
3.1. Inleiding.....	14
3.2. Het prille begin: een bevoogdende aanpak.....	15
3.3. Het nieuws in de jaren '80: commercialisering.....	16
3.4. Het nieuws in de jaren '90: van journalistiek naar sensatie?.....	18
3.4.1. Politieke berichtgeving in een ander kleedje.....	18
3.4.2. Meer binnenlandse berichtgeving.....	19
3.4.3. Meer oppervlakkig nieuws en meer soft news.....	19
3.4.4. Meer misdaadnieuws.....	20
3.4.5. Mannelijke dominantie	21
3.4.6. Vormelijke evolutie.....	21
3.4.7. Eenvoudiger taalgebruik.....	22
4. Geschiedenis van het nieuws op de openbare omroep in Vlaanderen.....	22
4.1. De beginfase: het BRT-nieuws in de jaren '50.....	22
4.1.1. Algemeen.....	23
4.1.2. Socio-culturele invalshoek.....	23
4.1.3. Inhoud	24
4.1.4. Technologische beperktheden.....	24
4.1.5. Financiële situatie.....	25
4.1.6. Politieke invloeden.....	25
4.2. Bloeiperiode van de Vlaamse televisie: het BRT-nieuws in de jaren '60 en '70.....	26
4.2.1. Algemeen.....	26
4.2.2. Socio-culturele invalshoek.....	27
4.2.3. Inhoud en vorm.....	27
4.2.4. Technologische evolutie.....	28
4.2.5. Financiële situatie.....	29
4.2.6. Politieke invloeden.....	29
4.3. Beginnende commercialisering: het BRT-nieuws in de jaren '80.....	30
4.3.1. Algemeen.....	30
4.3.2. Socio-culturele invalshoek.....	31
4.3.3. Inhoud	32
4.3.4. Technologische evolutie.....	32
4.3.5. Financiële situatie.....	33
4.3.6. Politieke invloeden.....	33

4.4. Het commerciële tijdperk: het BRTN- / VRT-nieuws in de jaren '90.....	34
4.4.1. Inhoud en vorm.....	34
4.4.2. Technologische invloeden.....	35
4.4.3. Politiek kader.....	35
4.4.3.1. Bepalingen omtrent nieuws in het Minidecreet en het Maxidecreet.....	35
4.4.3.2. De beheersovereenkomsten en hun invloed op het journaal....	36
4.4.3.2.1. Situering.....	36
4.4.3.2.2. De beheersovereenkomst 1997-2001.....	37
4.4.3.2.3. De beheersovereenkomst 2002-2006.....	37
4.5. Journaalfacelifts.....	38
5. Besluit.....	43
Hoofdstuk II: Onderzoeksmethode.....	44
1. Inleiding.....	44
1.1. Een inhoudsanalyse.....	44
1.2. Een kwantitatieve inhoudsanalyse.....	45
2. Doel.....	46
3. Steekproefkeuze.....	46
3.1. Selectie van titels / zenders.....	47
3.2. Selectie van exemplaren.....	47
3.3. Selectie van rubrieken.....	52
4. Dataverzameling.....	52
5. Analyse-eenheid en meeteenheid.....	53
5.1. Algemeen.....	53
5.2. Analyse-eenheid.....	53
5.3. Meeteenheid.....	54
6. De variabelen.....	54
6.1. Hypothesen.....	54
6.1.1. Hypothesen omtrent inhoudelijke veranderingen.....	55
6.1.2. Hypothesen omtrent vormelijke veranderingen.....	56
6.2. Variabele 1: rangschikking van het nieuwsbericht.....	58
6.3. Variabele 2: inhoud.....	58
6.4. Variabele 3: vorm.....	65
6.5. Variabele 4: plaats van de vormcategorie.....	68
6.6. Variabele 5: kleur.....	68
6.7. Variabele 6: geografische rubriekscategorie.....	68
6.8. Variabele 7: belichte Belgische politieke partijen.....	69
6.9. Variabele 8: geslacht van de nieuwsreporter.....	70
6.10. Variabele 9: geslacht van de main actor.....	70
6.11. Variabele 10: functie van de main actor.....	71
6.12. Variabele 11: duur.....	72
6.13. Variabele 12: kijkcijfers.....	73
6.14. Variabele 13: leesbaarheid.....	73
7. Coderen.....	75
8. Geldigheid en betrouwbaarheid.....	75
8.1. Geldigheid.....	75
8.2. Betrouwbaarheid.....	76
9. Codeerschema en codeboek.....	76

10. Besluit.....	76
Hoofdstuk III: Onderzoeksresultaten.....	77
1. Inleiding.....	77
2. Bespreking hypothese 1: Stijging hoeveelheid soft news.....	78
3. Bespreking hypothese 2: Daling hoeveelheid politieke berichtgeving.....	80
4. Bespreking hypothese 3: Stijging binnenlandse berichtgeving.....	80
5. Bespreking hypothese 4: Stijging hoeveelheid misdaadnieuws.....	82
6. Bespreking hypothese 5: Toename van de Vlaamse nieuwsberichtgeving.....	83
7. Bespreking hypothese 6: Toename van de oppervlakkigheid.....	84
8. Bespreking hypothese 7: Toename van negatieve berichten.....	86
9. Bespreking hypothese 8: Gevarieerder aanbod wat betreft Belgische politieke partijen.....	88
10. Bespreking hypothese 9: Dubbele ankerpresentatie.....	90
11. Bespreking hypothese 10: Stijging van het gebruik van beelden.....	91
12. Bespreking hypothese 11: Stijging hoeveelheid rechtstreekse verslaggeving.....	94
13. Bespreking hypothese 12: Mannelijke dominantie niet gedaald.....	97
14. Bespreking hypothese 13: Eenvoudiger taalgebruik.....	101
15. Bespreking van de evolutie van de kijkcijfers van het journaal.....	102
16. Besluit.....	104
Algemeen besluit.....	106
Referenties.....	109
Bijlage 1. Voorbeeld van een codeerschema.....	113
Bijlage 2. Codeboek.....	113

Lijst van tabellen

Voorwoord

September 2000 was een begin... vier jaar later, met het beëindigen van deze verhandeling, is het dan zover: juni 2004 wordt een eerste tussenstop.

Iedereen die mij op een of andere manier geholpen heeft bij de totstandkoming van deze verhandeling, wil ik hier even in de bloemetjes zetten. Op de eerste plaats zou ik graag mijn assessor Prof. Dr. H. Vandebosch bedanken voor de begeleiding bij het maken van mijn verhandeling. Alle goede raad, tips en het vele nalezen van mijn teksten waren een grote hulp.

Vervolgens zou ik graag Alex Hetwer (verantwoordelijke dienstverlening VRT-beeldarchief) en Lieve Van der Straeten (chef VRT-beeldarchief), evenals alle medewerkers van het VRT-archief bedanken voor het ter beschikking stellen van het nodige archiefmateriaal.

Ten slotte een woord van dank aan Wouter Quartier van de VRT-studiedienst, voor de hulp met het bekomen van de journaalkijkcijfers.

Ook iedereen die de voorbije jaren steeds weer opnieuw voor mij klaar stond, verdient een grote 'dank je wel'. Jullie hebben ervoor gezorgd dat de voorbije vier jaren voor altijd onvergetelijk zullen blijven ... Bedankt vrienden in Leuven voor al die *momenten-om-nooit-meer-te-vergeten!*

En last but not least zou ik graag mijn ouders bedanken... van hen kreeg ik immers de mogelijkheid om deze opleiding te volgen.

Inleiding

De feiten: zes journaalfacelifts en exact 6209 zevenuurjournaals op de openbare omroep in Vlaanderen tussen 1 januari 1987 en 31 december 2003.

De vragen: is er een evolutie merkbaar wat betreft het journaal van de openbare omroep in Vlaanderen in deze periode, én welke verklaringen kunnen daarbij opgeworpen worden?

De hierboven geformuleerde vragen en feiten hebben als doel richtingaanwijzend te zijn wat betreft het onderwerp van deze verhandeling. De titel 'de evolutie van het journaal op de openbare omroep in Vlaanderen' wijst natuurlijk ook al in de richting van het te behandelen onderwerp. Deze inleiding probeert echter een gedetailleerder licht te werpen op hetgeen in deze verhandeling uitgebreid onder de loep zal genomen worden. Doorheen deze verhandeling worden bovenstaande 'feiten' uitgebreid onderzocht om zo een antwoord te geven op de geformuleerde 'vragen'.

Vooraleer in detail wordt bekeken waarover deze verhandeling specifiek handelt en vanuit welke invalshoeken het onderwerp benaderd wordt, wordt eerst kort aangestipt waarom dit onderwerp gekozen werd. Evoluties op zich zijn interessant... voeg daarbij een grote dosis interesse voor journalistiek en alles wat daarmee te maken heeft, en er wordt een mooie mix bekomen voor een boeiend verhandelingsonderwerp. Samen met een stage bij een ander journalistiek medium - de krant - vormt deze verhandeling dan ook het begin van nog meer journalistieke interesse. Hier moet ook gewezen worden op de communicatiewetenschappelijke achtergrond die het uitgangspunt van het gekozen verhandelingsonderwerp vormt.

Meer bepaald is het zo dat sinds de jaren '80 in heel Europa commerciële zenders ten tonele kwamen. Allerhande internationale trends en aanpassingsstrategieën, hebben er toe geleid dat journaals van openbare zenders geëvolueerd zijn. Vaak gehoorde termen als vervlakking, verkleuterling en popularisering van het journaal zijn dan ook schering en inslag geworden. Deze communicatiewetenschappelijke achtergrond van de problematiek maakt duidelijk dat de studie van de evolutie van het journaal van de openbare omroep in Vlaanderen niet uit de lucht gegrepen is.

Maar hoe moet zo'n evolutie van het journaal aangepakt worden? Wat moet er juist onderzocht worden? Moeten alle journaals uit de onderzoeksperiode bekeken worden? Of is een steekproef van journaals voldoende? Is een kwantitatief onderzoek aangewezen? Of kan er beter geopteerd worden voor een kwalitatieve onderzoeksmethode? En welke onderzoeksmethode is het meest geschikt? Hoe moeten de gegevens verwerkt worden? Deze en vele andere vragen zijn aan het begin van deze verhandeling open vragen. Het is echter de bedoeling van deze verhandeling om zo adequaat mogelijk antwoorden aan te bieden op vragen die de lezer zich mogelijk kan stellen. Hieronder wordt uiteengezet hoe deze verhandeling zal pogen om tot deze antwoorden te komen.

Om zo goed mogelijk de evolutie van het journaal op de openbare omroep in Vlaanderen te onderzoeken, wordt vooreerst een uitgebreide literatuurstudie gepresenteerd. Daarbij worden achtereenvolgens de algemene structuur van nieuws op televisie én de algemene geschiedenis van het nieuws op openbare televisiezenders onder de loep genomen. Daarna wordt specifiek de geschiedenis van het nieuws op de openbare omroep in Vlaanderen uitgediept, en dit vanaf het prille begin van de omroep tot vandaag. Het journaal wordt daarbij steeds zowel vormelijk, inhoudelijk, socio-cultureel, technologisch, financieel als politiek belicht. Ook de opeenvolgende journaalfacelifts van de Vlaamse openbare omroep passeren de revue.

Aan de hand van de literatuurstudie worden vervolgens een aantal hypothesen opgesteld, die door middel van kwantitatieve inhoudsanalyses onderzocht zullen worden. In deze verhandeling wordt dan ook uitgebreid aandacht besteed aan de onderzoeksmethode waarmee het onderzoek naar de evolutie van het journaal op de Vlaamse openbare omroep gevoerd wordt. In het kader van wetenschappelijk onderzoek is het van essentieel belang dat de onderzoeksmethode

nauwkeurig uiteengezet wordt. Zo kan de representativiteit van het onderzoek nagetrokken worden. Ook wordt zo vervolgonderzoek mogelijk.

Het gekozen analyse-instrument vloeit voort uit de hypothesen die uit de literatuurstudie afgeleid kunnen worden. Het onderzoek van deze verhandeling neemt meer bepaald de vorm aan van kwantitatieve inhoudsanalyses van een steekproef van 49 journaals, geselecteerd op basis van het principe van geconstrueerde weken. Deze journaals werden allemaal bekomen bij het VRT-archief, waar het - voor thesisstudenten - mogelijk is de journaals op band te registreren. Vormelijke en inhoudelijke evoluties worden uitgebreid getoetst. Daarom worden verscheidene variabelen (rangschikking van het nieuwsbericht, inhoud, vorm, plaats van de vormcategorie, kleur, geografische rubriekscategorie, belichte Belgische politieke partijen, geslacht van de nieuwsreporter, geslacht van de main actor, functie van de main actor, duur, kijkcijfers en leesbaarheid) gedefinieerd en onderzocht. Het onderzoeken van al deze variabelen leidt tot een duidelijk inzicht in de verschillende evoluties die het journaal van de Vlaamse openbare omroep heeft ondergaan.

Ten slotte worden de resultaten van het gevoerde onderzoek uitgebreid toegelicht. Tevens wordt voor alle vormelijke en inhoudelijke evoluties of trends een passende, mogelijke verklaring naar voor geschoven. Daarbij wordt rekening gehouden met allerlei factoren die een rol kunnen gespeeld hebben in de loop van de onderzochte periode, zoals bijvoorbeeld technologische of commerciële elementen. Zo worden, aan het einde van deze verhandeling, bovenstaande feiten en vragen op een verantwoorde manier met elkaar verbonden.

Hoofdstuk I: Literatuurstudie

1. Inleiding

In deze literatuurstudie wordt het televisiejournaal vanuit verschillende invalshoeken belicht. Vooreerst wordt de algemene structuur van televisienieuws onder de loep genomen. Het journaal wordt zowel qua vorm als qua inhoud besproken. Vervolgens komt de algemene geschiedenis van het nieuws op openbare televisiezenders aan bod. Daarbij wordt ruim aandacht besteed aan de verschillende evoluties die het journaal in de loop der jaren onderging. Aansluitend wordt de specifieke geschiedenis van het nieuws op de openbare omroep in Vlaanderen uitgebreid belicht. Deze Vlaamse journaalgeschiedenis wordt zowel vanuit socio-cultureel, inhoudelijk, technologisch, financieel als politiek oogpunt bekeken. De literatuurstudie wordt, ten slotte, afgerond met een overzicht van alle journaalfacelifts die plaatsvonden in de onderzoeksperiode.

2. Algemene structuur van nieuws op televisie

2.1. Inhoud

Het televisiejournaal bestaat uit het nieuws van de dag. Zeer uiteenlopende gebeurtenissen kunnen aan bod komen. De inhoud van een journaal ligt niet volledig op voorhand vast, maar wordt grotendeels bepaald door de actualiteit. Dit in tegenstelling tot de vormgeving van een journaal, die wél in grote lijnen vastligt. Opgemerkt moet worden dat bepaalde nieuwsitems van het journaal wél op voorhand gepland zijn. Het gaat hier onder meer om allerhande conferenties, congressen, grote sportevenementen, koninklijke huwelijken, ... Op een nieuwsredactie werken de journalisten dan ook met een nieuwsagenda.

Fang (1968, p. 46) wijst er op dat televisienieuws inhoudelijk is opgebouwd uit verschillende elementen. Zo komt in elk televisiejournaal steeds een brok internationaal nieuws voor, naast een portie nationale berichtgeving. Daarnaast zijn - bij het merendeel van de journaals - ook lokale berichten en sportnieuws van de partij. Ten slotte wijst Fang er op dat in bepaalde gevallen ook een weerkaart met een bijhorende weersvoorspelling deel uitmaakt van het nieuwsbulletin.

Wat betreft de inhoud, moet er gesteld worden dat er elke dag tal van nieuwsfeiten plaatsvinden, en dat de journalisten - in overleg met de eindredacteur - een selectie moeten maken (Fang, 1968, p. 26). Alle nieuwsfeiten van een dag in één journaal plaatsen, is onmogelijk. Het journaal van de openbare omroep in Vlaanderen duurde in de jaren '80 ongeveer een klein halfuur. Hoewel het journaal vandaag tot veertig minuten in beslag neemt, blijft selectie uit de veelheid aan onderwerpen noodzakelijk.

De vraag kan gesteld worden naar de criteria die een gebeurtenis tot nieuwsfeit verheffen. Een interessante theorie hieromtrent is de nieuwswaardentheorie. Deze theorie geeft aan hoe de inhoudelijke selectie van nieuws gebeurt (Claessens, 1999, pp. 13-14). Nieuwswaarden vormen een referentiekader voor de journalist om te bepalen of een gebeurtenis al dan niet nieuws wordt. De nieuwswaarden, die door een nieuwsredactie gehanteerd worden, bepalen mee de inhoud van een nieuwsbulletin. Ze spelen bijgevolg een niet te onderschatten rol in de totstandkoming van een journaal. Hieronder worden deze nieuwswaarden, zoals die onder meer door Galtung en Ruge naar voor worden geschoven, ter illustratie beknopt opgesomd (Van den Bulck, 2000, pp. 29-31). Het zou buiten het bestek van deze eindverhandeling gaan om elk van deze nieuwswaarden uitgebreid te behandelen.

1. *Frequentie*: Een vereiste is dat een gebeurtenis goed afgebakend moet zijn, en vooral niet te lang mag duren. Gebeurtenissen die lang aanslepen, zonder echt een hoogtepunt te kennen, maken weinig kans om in het nieuws opgenomen te worden.
2. *Omvang van de gebeurtenis*: Een gebeurtenis maakt meer kans om in het nieuws opgenomen te worden, wanneer die gebeurtenis erg genoeg is en voldoende impact heeft.
3. *Eenduidigheid, duidelijkheid*: Hoe helderder de gebeurtenis, hoe meer kans de gebeurtenis heeft om het tot nieuwsbericht te schoppen.
4. *Betekenis*: Wanneer een bepaald 'signaal' een bepaalde betekenis heeft voor een maatschappij, dan verhoogt de kans dat dit 'signaal' in het nieuws vermeld wordt.
5. *Het verwachte*: Gebeurtenissen die in de lijn liggen van een verwachting, maken ook meer kans opgenomen te worden in het nieuws.
6. *Het onverwachte, de verrassing*: Onverwachte gebeurtenissen maken een grote kans nieuws te worden.
7. *Continuïteit*: Eenmaal een bepaalde gebeurtenis in het nieuws is geweest, zal deze gebeurtenis een tijdje nieuws blijven. Ook elke gebeurtenis die met die bepaalde gebeurtenis te maken heeft, zal aandacht krijgen.
8. *Compositie, evenwicht*: Deze aspecten verwijzen naar 'afwisseling'. Nieuws heeft als kenmerk dat het gevarieerd is, een ernstig bericht zal meer dan waarschijnlijk gevolgd worden door een plezanter item.
9. *Elitelanden*: Gebeurtenissen die zich afspelen in zogenaamde elitelanden, zullen meer aandacht krijgen dan wanneer ze zich afspelen in een 'gewoon' land. Zo is het bekend dat de media de gebeurtenissen die zich afspelen in de Verenigde Staten op de voet volgen.
10. *Elitepersonen*: Hetzelfde fenomeen dat zich voordoet bij elitelanden, geldt ook voor elitepersonen.
11. *Personificatie*: Wanneer gebeurtenissen kunnen herleid worden tot individuele personen, maken ze meer kans om nieuws te worden. Zo werd bijvoorbeeld de Irak-kwestie weergegeven als Bush versus Saddam Hoessein.
12. *Negativiteit*: Hoe erger of slechter een gebeurtenis, des te interessanter ze is voor het nieuws. 'Goed nieuws is geen nieuws', lijkt de leuze.

Deze 12 nieuwswaarden van Galtung & Ruge werden later aangevuld door Warren. Hieronder staan de vijf criteria die hij toevoegde aan het lijstje van Galtung & Ruge.

1. *Suspense*: Elke gebeurtenis die als een verhaal of een wedstrijd met veel suspense kan worden gekarakteriseerd, heeft een grote kans om in het nieuws te worden opgenomen.
2. *Seks*: Gebeurtenissen die van ver of dichtbij met seks te maken hebben, spreken de nieuwskijker aan, en zullen dus nieuws worden.
3. *Emoties*: Ook alles wat met (menselijke) emotie te maken heeft, maakt een goede kans het tot nieuwsfeit te schoppen.
4. *Vooruitgang*: Elk feit dat kan voorgesteld worden als een bepaalde vooruitgang, is nieuws.
5. *Geweld*: De nieuwskijker ziet ook graag wat geweld, en daarom zal een gewelddadige gebeurtenis zeker in het nieuws vermeld worden.

2.2. Vorm

Een televisiejournaal heeft een vaste structuur. Een journaal bevat, meestal in deze volgorde, volgende elementen (Debecker, 2003, p. 8): de intro, de hoofdpunten, het openingsitem, het algemeen nieuws, het buitenlandse nieuws, het sportnieuws, het staartstuk, het weerbericht, de herhaling van de hoofdpunten en ten slotte het afscheid en de generiek. Opgemerkt moet worden dat deze structuur niet absoluut is. Niet elk journaal op elke zender bevat al deze elementen. Hieronder wordt dieper ingegaan op deze algemene structurelementen.

De intro is de openingsgeneriek van een journaal. Meestal bestaat dit uit een complex geheel van verschillende nieuwssymbolen, zoals bijvoorbeeld een tikkende klok, een draaiende wereldbol, het acroniem van de zender, een snelle opeenvolging van een aantal beelden, ... (Debecker, 2003, p. 8). Meestal gaat deze openingsgeneriek gepaard met een bepaalde tune. Dit - meestal dramatisch klinkend - muziekje verschilt van zender tot zender.

De opsomming van de hoofdpunten vormt het volgend element. De hoofdpunten hebben een moeilijk te verwaarlozen dubbele functie binnen het journaal: ten eerste herinneren ze de kijkers aan de belangrijkste gebeurtenissen van de dag (Debecker, 2003, p. 8). Ten tweede moeten ze de kijkers aanmoedigen om te blijven kijken, ook al zijn er items die hen minder interesseren. De kijkers weten zo dat het de moeite is om te blijven wachten op de voor hen boeiendere nieuwsberichten (Boyd, 1988, p. 119-120).

Na de intro en de hoofdpunten begint het eigenlijke nieuws. Dit bestaat in grote lijnen uit drie delen: het openingsitem, het algemeen nieuws en het buitenlands nieuws. Het openingsitem is het meest belangrijke nieuwsitem van de dag. Het domineert de berichtgeving. Het algemeen nieuws begint in de meeste gevallen met het binnenlands nieuws, gevolgd door de belangrijkste buitenlandse nieuwsfeiten. Hierna volgt meestal een beknopte opsomming van het minder belangrijke buitenlands nieuws. Dit wordt meestal gepresenteerd in carrouselvorm. Dit is een aaneenschakeling van korte items, zodanig dat de kijker snel een overzicht krijgt van de rest van het buitenlands nieuws.

Na het algemene nieuws is het de beurt aan het sportnieuws. Vroeger las de nieuwslezer zelf de sportberichten. Sedert de komst van commerciële televisie is dat echter niet meer het geval. Ook de meeste openbare televisiezenders hebben een aparte presentator voor het sportnieuws. Het sportnieuws wordt steeds meer gezien als onafhankelijk van het algemeen nieuws.

Na het sportnieuws volgt er meestal een staartstuk. Dit kan bijvoorbeeld een trailer zijn voor een andere uitzending van de nieuwsdienst, bijvoorbeeld een duidingsmagazine. Tegenwoordig wordt het nieuws meestal afgesloten met een positief bericht. Deze trend werd eerst bemerkt bij commerciële zenders, maar werd snel overgenomen door openbare omroepen. Boyd (1988, p. 112) ziet de toenemende kijkcijferdruk als een verklaring voor dit fenomeen. De redenering hierachter is dat een positieve eindnoot een positief gevoel bij de kijker achterlaat, waardoor de kans toeneemt dat men naar de zender zal blijven kijken of er naar zal terugkeren bij een volgende gelegenheid.

Vervolgens is er, bij de meeste journaals, een beknopt weeroverzicht. Hier dient opgemerkt te worden dat dit zeer verschillend is van zender tot zender. Het komt voor dat een zender er voor kiest geen weeroverzicht op te nemen in het

journaal. In plaats daarvan wordt er een apart weerprogramma aangeboden aan de kijker.

Na het weerbericht herhaalt de nieuwspresentator de hoofdpunten. Ook dit draagt, zoals hierboven vermeld, bij tot de herinnering van de belangrijkste nieuwsitems.

Ten slotte volgt een kort afscheid, waarbij de nieuwspresentator afscheid neemt van de kijker. Daarna start de eindgeneriek.

2.3. Journaalpresentatie

2.3.1. Nieuwslezer of nieuwsanker?

In het prille begin van het televisietijdperk, werd het journaal in de meeste gevallen voorgelezen door één nieuwslezer, meestal een man. Tegenwoordig is deze traditioneel wijze nieuwslezer van zijn sokkel gestapt, en heeft hij plaats gemaakt voor een ‘gewone’ mens.

Er is nog maar weinig sprake van *nieuwslezers*. Het journaal wordt daarentegen gepresenteerd door een *nieuwsanker* (Boyd, 1988, pp. 132-133). Het woord *nieuwsanker* is overgewaaid uit de Verenigde Staten. Deze term suggereert persoonlijke sterkte en ‘zachte’ autoriteit. Een anker combineert ervaring met persoonlijkheid en charisma. Hij of zij houdt het journaal samen en vormt als het ware het fundament. De kwaliteiten waaraan een *nieuwsanker* moet voldoen zijn erg verscheiden. Zo moet de anker geloofwaardig, professioneel en vriendelijk zijn, en moet hij bovendien ook warmte uitstralen. Zijn stem moet aangenaam zijn om naar te luisteren en hij moet een goed voorkomen hebben. Een *nieuwsanker* verschilt bijgevolg grondig van een *nieuwslezer*. De term *nieuwslezer* heeft minder persoonlijke connotaties. De focus bij een *nieuwslezer* ligt op het nieuws en niet op het individu. Bij de *nieuwsanker* staat het individu centraal. Dit blijkt ook uit het feit dat hij steeds meer sterallures krijgt. Hij is een vaste waarde, en verschijnt her en der

in de populaire media. De nieuwsanker heeft als taak er voor te zorgen dat er een sterke band tussen de kijker en hemzelf ontstaat (Boyd, 1988, p. 132).

Sinds de facelift van 7 januari 2002, wordt ook elk VRT-journaal gepresenteerd door een vaste ankerman of –vrouw. Zo presenteren bijvoorbeeld Wim De Vilder en Sigrid Spruyt afwisselend het journaal van 13 uur.

2.3.2. Alleen of met twee?

Een journaal kan gebracht worden door één persoon, maar het kan ook gepresenteerd worden door twee presentatoren. Er wordt dan gesproken van duopresentatie. Twee nieuws-presentatoren worden meestal aangetroffen bij commerciële omroepen. Brants (1998, pp. 322-325) wijst er op dat ook het nieuws van openbare omroepen steeds vaker gepresenteerd wordt door twee personen. In Vlaanderen is dat tot op heden nog niet het geval. Boyd (1988, p. 132) verklaart het fenomeen van de duopresentatie aan de hand van de commerciële verkoopslogica. Volgens Boyd leidt duopresentatie tot een betere ‘verkoop’ van de berichtgeving. Het nieuws komt aantrekkelijker over, wat essentieel is in een commerciële logica.

3. Algemene geschiedenis van het nieuws op openbare televisiezenders

3.1. Inleiding

Sinds het prille begin van televisie wordt het journaal het uithangbord van een zender genoemd. Dat geldt zeker voor openbare televisiezenders. De kwaliteit van een journaal is meer dan eens een maatstaf voor de kwaliteit van een zender. Het is

dan ook zeer belangrijk voor een openbare zender om over een degelijk eigen journaal te beschikken (Van den Bulck, 2000, p. 69). Sinds het prille begin van openbare televisie, hebben de journaals van openbare zenders zich voortdurend aangepast aan allerlei wijzigende omstandigheden. De nieuwsberichtgeving onderging een ‘dramatic shift’ (Fox & Van Sichel, 2001, p. 68).

3.2. Het prille begin: een bevoogdende aanpak

In de beginperiode van openbare televisie was de toon, waarmee de zenders hun publiek informeerden, erg paternalistisch en belerend. Van Poecke (1993, p. 6) stelt dat het journaal als een les was die door een leraar (de nieuwslezer) vanuit een klaslokaal (de nieuwsstudio) gegeven werd. De leraar zat achter een lessenaar en gaf zijn les aan een groep leerlingen (de kijkers). Deze vergelijking illustreert zeer goed hoe het journaal van meet af aan werd opgevat. De paternalistisch getinte toon is ook terug te vinden in de selectie van nieuwsonderwerpen, die aangeboden werd in het journaal. Enkel zogenaamde hard newsitems kwamen in aanmerking. In de beginfase van televisie werd de inhoud van journaals bijgevolg gedomineerd door harde nieuwsfeiten. Nieuws werd, in de pionierstijd van de omroep, gezien als informatie die de burger absoluut moest weten. Scott en Gobetz (1992, p. 408) geven een adequate definitie van zogenaamd hard news: ‘...any story that focuses on issues of ongoing policy consideration, factual accounting of current public events, or social issues and controversies that concern members of the audience’. Slechts zeer geleidelijk kwam er een evolutie in deze bevoogdende visie op informatievoorziening. Gaandeweg kwam er tussen de serieuze, harde nieuwsfeiten plaats voor één of ander luchtig berichtje, meestal als afsluiter van het journaal. Deze zogenaamde hekkensluiter behoorde tot de categorie van het soft news, de tegenpool van het hard news. Er moet wel opgemerkt worden dat ook deze luchtigere berichten onderworpen bleven aan het elitaire karakter van de nieuwsselectie. De strenge normen aan de hand waarvan de Britse openbare omroep, BBC, het nieuws selecteerde zijn in dit verband exemplarisch te noemen (Goodwin, 1990, p. 43). Verder merkt Goodwin op dat in deze beginfase het beeld ondergeschikt was aan het

gesproken woord. Nieuwsmakers vreesden dat beelden de ernst van het nieuwsbericht zouden kunnen aantasten.

3.3. Het nieuws in de jaren '80: commercialisering

In heel West-Europa werden openbare omroepen, vanaf de jaren '80, geconfronteerd met de komst van commerciële concurrenten. Allerhande aanpassingsstrategieën bleven niet uit. Wat betreft nieuws kunnen er vier mogelijke strategieën onderscheiden worden (Achille & Miège, 1994, p. 34).

Vooreerst kan de openbare omroep gewoon verder doen op zijn elan. De zender kan vasthouden aan het oude nieuwsconcept. Een mogelijke reden die aan de grondslag van deze strategie ligt is het feit dat de openbare omroep mogelijk geen middelen heeft om van strategie te veranderen. Een Europese zender die deze strategie volgde was RTBF.

Ten tweede kan de openbare omroep ook opteren om geleidelijk het model van de commerciële omroep over te nemen. Er wordt dan gesproken van de imitatiestrategie. Maar ook al gaat de openbare omroep meer fictie en aanverwante programma's uitzenden, toch laat ze haar eigen doelstellingen niet zomaar varen. Ze verloochent haar 'roots' niet, en verwaarloost bijgevolg haar klemtoon op informatie niet. Het journaal blijft de nadruk leggen op harde nieuwsfeiten. Soft news wordt geweerd. BBC1 en BBC2 zijn twee zenders die hier als voorbeeld kunnen gelden.

Ten derde kan een openbare omroep ook zijn toevlucht nemen tot een aanpassingsstrategie die de nadruk legt op identificatie. Hierbij gaat de openbare omroep de directe confrontatie aan met de commerciële zender, en dit wat betreft de domeinen waarin de commerciële zender uitblinkt. Hiermee worden entertainment en populaire fictie bedoeld. Maar ook het journaal gaat de populaire toer op. De Italiaanse zender RAI implementeerde deze strategie.

Ten slotte is er nog een laatste aanpassingsstrategie die onbesproken bleef. Het is de zogeheten partiële confrontatiestrategie. Dit model kan toegepast worden in landen waar de openbare omroep uit meerdere netten bestaat. Eén net van de openbare omroep gaat de directe confrontatie aan met de commerciële zender. Het andere net gaat zich daarentegen duidelijk differentiëren van de commerciële zender.

De beide netten van de openbare omroep zijn dan complementair. Hierbij kunnen de Franse zenders A2 en FR3 als voorbeeld worden aangehaald. Deze partiële confrontatiestrategie wordt ook toegepast door de Vlaamse openbare omroep. Het eerste net gaat de directe confrontatie met VTM niet uit de weg. Het tweede net van de openbare omroep profileert zich als cultuurzender en probeert zich op die manier te differentiëren van VTM. Nieuws en duiding zijn hierbij van primordiaal belang.

Verder zijn er enkele algemene tendensen waar te nemen die de openbare omroepen aanwenden als reactie op de toenemende commercialiseringstendens. Jacobs (1996, p. 378) wijst op het belang van het beeld bij het nieuws. Wanneer er gesproken wordt over nieuws, moet een duidelijk onderscheid gemaakt worden tussen radionieuws en televisienieuws. Bij televisienieuws speelt het beeld een niet te onderschatten rol. Eerst is er het beeld, in de tweede plaats volgen tekst en uitleg. Dit is een aspect dat het radionieuws niet heeft (Jacobs, 1996, p. 378). Het gaat zelfs zo ver dat gebeurtenissen waarover er veel beeldmateriaal beschikbaar is, voorrang krijgen op gebeurtenissen waarvan men geen beelden kan tonen. Anders gezegd hebben deze gebeurtenissen meer kans om opgenomen te worden in het journaal. Wat betreft het gebruik van beelden, moet de nieuwsmaker wel aandacht besteden aan volgend probleem. Het kan namelijk voorkomen dat de beelden de volledige aandacht van de nieuwskijker opslorpen, zodanig dat de kijker niet meer geconcentreerd is op de eigenlijke inhoud van het nieuwsitem. Volgend voorbeeld kan dit verduidelijken. Een nieuwsitem over de economische regressie kan bijvoorbeeld begeleid worden door beelden van een brouwerij. Het kan dan voorkomen dat de nieuwskijker achteraf denkt dat dit nieuwsitem handelde over iets dat met brouwerijen te maken heeft, terwijl dat niet het onderwerp van het item was. Journaalitems waarbij geen beelden getoond worden, zijn een zeldzaamheid geworden. Beelden zijn cruciaal voor het succes van een nieuwsitem (Fox & Van Sickel, 2001, p. 68).

Wat betreft de journaalinhoud, winnen soft newsitems steeds meer terrein. Uit onderzoek is gebleken dat hard news aan waarde heeft moeten inboeten ten voordele van een meer 'softe' benadering van nieuws. Een algemene tendens wat betreft nieuws is namelijk dat sinds de jaren '80 steeds meer zogeheten soft news wordt aangeboden (Scott & Gobetz, 1992, p. 406). Een goede Nederlandse vertaling voor het begrip soft news is faits divers. Bij Scott en Gobetz (1992, p. 406) vinden we een goede definitie van een fait divers. Meer bepaald luidt hun omschrijving:

‘Soft news is defined as stories that focus on a human interest topic, feature or nonpolicy issue. (...) News that isn’t really news. (...) A diet of news stories of little consequence.’

3.4. Het nieuws in de jaren '90: van journalistiek naar sensatie?

In de jaren '90 raakte het journaal van openbare omroepen steeds meer ‘getabloidiseerd’. Hiermee wordt bedoeld dat de openbare zenders de manier van verslaggeving van tabloid media overnamen (Fox & Van Sickel, 2001, pp. 187-188). Dit zowel wat betreft inhoud als vorm. Op inhoudelijk vlak kreeg de politieke berichtgeving steeds minder aandacht (Pfetsch, 1996, pp. 436-439). De binnenlandse berichtgeving daarentegen, werd steeds uitgebreider (Blumler & Hoffmann-Riem, 1992, p. 28). Dat was ook het geval voor het oppervlakkig nieuws en het soft news. Ook de hoeveelheid ‘trial coverage’, dit is de berichtgeving omtrent misdaad, steeg (Fox & Van Sickel, 2001, pp. 70-71). Op vormelijk vlak kreeg het journaal steeds meer sensationele allures. Liveverslaggeving werd stilaan schering en inslag. Hieronder worden elk van deze evoluties meer uitgebreid besproken.

3.4.1. Politieke berichtgeving in een ander kleedje

Wat betreft de politieke berichtgeving, kan gesteld worden dat dit aspect van journaals de nodige aanpassingen onderging in het commerciële landschap van de jaren '90. Pfetsch (1996, pp. 436-439) wijst er op dat vóór het gedemonopoliseerde tijdperk aanbrak, de berichtgeving omtrent politieke aangelegenheden minder speels was. Pfetsch onderzoekt in dit verband de situatie in Duitsland. Ten eerste bleek, uit haar onderzoek, dat openbare zenders vroeger meer aandacht besteedden aan politiek. Commerciële omroepen wijdden minder tijd aan politieke berichtgeving. Ten tweede stelde Pfetsch (1996, p. 439) vast dat openbare zenders minder beeldmateriaal gebruikten bij politieke berichtgeving, in vergelijking met hun commerciële tegenhangers. Met andere woorden blijkt uit dit onderzoek dat bij

commerciële televisie visualisatie een grote rol speelt. Pfetsch stelde vast dat, wanneer de commerciële omroep zich als een vaste waarde gevestigd heeft in het televisielandschap, de openbare zenders dit principe overnemen. Langzaam maar zeker is er sprake van imitatie: openbare omroepen hechten meer belang aan visualisatie (beelden), terwijl de droge feitenmededeling verdwijnt. De politieke informatie wordt ontdaan van contextuele informatie (Denorme, Van Den Hoof & Perceval, 1991, p. 15).

3.4.2. Meer binnenlandse berichtgeving

Blumler en Hoffmann-Riem (1992, p. 28) wijzen er op dat journaals op commerciële zenders de klemtoon leggen op binnenlandse berichtgeving. De voorkeur gaat uit naar berichten uit eigen land. Ook openbare zenders hechten steeds meer belang aan berichtgeving waarbij het eigen land centraal staat, of waarbij er op zijn minst een band is met het eigen land. Denorme e.a. (1991, p. 22) wijzen er op dat onder invloed van de concurrentie, steeds vaker geopteerd wordt voor nieuws dat ‘dicht bij ons bed’ staat. Opgemerkt moet worden dat deze tendens tot de oppervlakkigheid van het nieuws kan bijdragen.

3.4.3. Meer oppervlakkig nieuws en meer soft news

Commerciële zenders besteden in hun informatieve berichtgeving niet zo veel belang aan duiding (Blumler & Hoffmann-Riem, 1992, p. 28). In de plaats daarvan dragen ze eenvoudig nieuws, dat levendig wordt voorgesteld, hoog in het vaandel. Ook bij openbare omroepen die de imitatiestrategie aanwenden, duiken steeds meer oppervlakkige nieuwsberichtjes op. Franklin (1997, p. 4) omschrijft de evolutie als volgt:

... a general tendency in contemporary journalism, evident in both print and broadcast media, to retreat from investigative journalism and the reporting of hard news to the preferred territory of 'softer' and 'lighter' stories. Journalism's editorial priorities have changed. [...] Traditional news values have been undermined by new values.

Er is een toenemende tendens naar simplificatie en oppervlakkigheid. De hoeveelheid soft news kent een voortdurende stijging in de loop van de jaren '90 (Scott & Gobetz, 1992, p. 406). Een verklaring voor deze tendens - het steeds meer aanbieden van faits divers - vinden Scott en Gobetz in het steeds toenemende belang van kijkcijfers. Ook journaals zijn in de loop der jaren niet kunnen ontsnappen aan de macht van de kijkcijferdruk. Soft news lokt kijkers ... en veel kijkers betekenen hoge kijkcijfers ... en hoge kijkcijfers, daar draait het uiteindelijk allemaal om (Pfetsch, 1996, p. 428). In een gedemonopoliseerde mediaomgeving heerst een voortdurende strijd om de kijker. Een commerciële zender vertaalt haar economische doelstellingen in kijkcijfers. Met deze kijkcijferobsessie besmet ze ook haar publieke collega's, die - in tegenstelling tot het monopolistisch tijdperk - door kijkcijfers bezeten raken (Pfetsch, 1996, pp. 428-429). Ook Brants (1998, p. 324) wijst er op dat soft news steeds meer voorkomt, ook bij openbare omroepen. Hij gebruikt in dit verband de term 'happy talk'. Langer (1998, p. 3) wijst er op dat de grens tussen nieuws en entertainment steeds vager wordt, en dit juist omwille van de kijkcijferdruk. Denorme, Van Den Hoof & Perceval (1991, p. 15) gebruiken dan ook de term infotainment.

Wat betreft commerciële nieuwsberichtgeving, merken Denorme e.a. (1991, p.15) op dat dit nieuws vaak niet meer is dan een 'samenraapsel' van beeldmateriaal. Buitenlands nieuws wordt gepresenteerd in één doorlopende blok met flashes, die gepaard gaan met een achtergrondtune (Denorme e.a., 1991, p. 27). Peeters (2002, p. 79) gebruikt hiervoor de term carrouselnieuws.

3.4.4. Meer misdaadnieuws

In de jaren '90 stijgt de hoeveelheid misdaadnieuws in het journaal (Fox & Van Sickel, 2001, pp. 70-71). Het gaat hier om sensationele berichten omtrent moord,

verkrachting, ... Journaals richten hun aandacht ook steeds meer op allerlei emotionele familiedrama's. Persoonlijke tragedies, die op zichzelf geen grote maatschappelijke betekenis hebben, duiken steeds vaker op (Fox & Van Sichel, 2001, pp. 70-71). Ook de toenemende aandacht voor misdaadnieuws in het journaal is te verklaren door het commercieel belang (Fox & Van Sichel, 2001, pp. 187-188). Journaals van verschillende zenders strijden om de gunst van de kijker. Sensatie wordt geaccepteerd om de commerciële concurrentie te kunnen bekampen.

3.4.5. Mannelijke dominantie

Volgens Cann (2001, pp. 162-172) is de mannelijke dominantie op het scherm, in de jaren '90, niet verdwenen. En dit zowel wat betreft nieuwsankers, nieuwsreporters als de main actor van een nieuwsitem. De main actor is het onderwerp van een nieuwsverhaal (Stevenson & Shaw, 1984, pp. 27-28). Het kan gaan om individuen, groepen of andere entiteiten. Personen, groepen of andere entiteiten die uit het nieuwsbericht gelaten kunnen worden, zonder dat de inhoud van het bericht wordt aangetast, zijn geen main actors maar gewone actoren.

Cann wijst er op dat de man-vrouwverdeling bij reporters ongeveer 70 - 30 is. Dit betekent concreet dat van alle nieuwsitems, waarbij een reporter in beeld komt, die reporter in gemiddeld 70 procent van de gevallen, een man is. Slechts in 30 procent van de gevallen gaat het om een vrouwelijke reporter.

Wat betreft de main actor van een nieuwsitem, wijst Cann er op dat de verdeling tussen man en vrouw nóg ongelijker is. Vooral wanneer de main actor een expert is wat betreft het onderwerp van het item, is die in 86 procent van de gevallen van het mannelijk geslacht (Cann, 2001, pp. 165-170).

3.4.6. Vormelijke evolutie

Vormelijk krijgt het journaal een sensationele stijl. Steeds meer korte fragmenten volgen elkaar in snel tempo op (Fox & Van Sickel, 2001, pp. 187-188). Dit is vooral gericht op het meer levendig maken van het journaal. Het journaal dichter bij de kijker brengen is het uitgangspunt. Een andere mogelijkheid om dit tot uiting te brengen is het invoeren van live-interventies in het journaal. De verklaring voor dit fenomeen is drieledig. Enerzijds mag de technologische factor niet uit het oog verloren worden. Het is dankzij de betere technische mogelijkheden, dat het mogelijk wordt aan liveverslaggeving te doen. Tot eind jaren '80 was er nauwelijks sprake van rechtstreekse interviews, omdat de techniek dat niet toeliet. Anderzijds spelen ook hier de commerciële belangen een rol. Openbare zenders proberen commerciële concurrenten te bekampen, om zo kijkers voor zich te winnen. Ten slotte mag ook de economische factor niet genegeerd worden. Televisiestations beschikken steeds meer over een ruimer budget, waardoor liveverslaggeving mogelijk wordt.

3.4.7. Eenvoudiger taalgebruik

Wat betreft het taalgebruik, wijzen Denorme, Van Den Hoof & Perceval (1991, p. 15) er op dat ook op dit gebied het journaal een evolutie ondergaat. Steeds meer wordt het journaal een 'afkooksel' van een Amerikaanse nieuwsshow waarbij vlot, direct en eenvoudig gestructureerd taalgebruik hoogtij viert. Een voordeel hiervan is dat door deze 'makkelijk verteerbare inkleding' (Denorme e.a., 1991, p. 15) van het nieuws, de kijker steeds duidelijk weet waar hij aan toe is.

4. Geschiedenis van het nieuws op de openbare omroep in Vlaanderen

4.1. De beginfase: het BRT-nieuws in de jaren '50

4.1.1. Algemeen

Informatie- en nieuwsvoorziening nam van bij het begin, net zoals in andere Europese landen (bijvoorbeeld Groot-Brittannië) een zeer voorname plaats in. Zo bereikte de informatievoorziening reeds tijdens het eerste levensjaar van de Vlaamse televisie, een aandeel van 30,7 procent. Tussen 1953 en 1957 verdubbelde het informatieaandeel spectaculair (Van den Bulck, 2000, p. 203). In absoluut aantal overtrof het aantal nieuwsuitzendingen elke andere soort informatieve programma's (zoals bijvoorbeeld documentaires, debatten of duidingsmagazines). Vormelijk zag het journaal er in de beginfase erg anders uit dan vandaag. Het journaal duurde zo'n dertig minuten, maar de opbouw was volledig anders. Tijdens de eerste vijf minuten van het journaal werd de actualiteit samengevat. De resterende vijftwintig minuten werden volledig besteed aan het uitzenden van beeldmateriaal.

4.1.2. Socio-culturele invalshoek

Op 31 oktober 1953 kwamen de Vlamingen voor het eerst in contact met de 'Umwelt'. Zo omschrijft Anthierens (1965, p. 57) de eerste Vlaamse nieuwsuitzending. Deze omschrijving illustreert duidelijk de bevoogding van de allereerste nieuwsmakers. In de pionierstijd van de Vlaamse televisie, was het nieuws onderworpen aan het principe dat televisie het volk moest opvoeden. Het nieuws speelde daarbij een cruciale rol. Het meest opvallende aspect wat betreft het nieuws op de Vlaams openbare omroep in de jaren '50 en '60 van de vorige eeuw, was de klemtoon op het Vlaamse perspectief. Televisie moest een Vlaamse identiteit creëren. De programmatie was er op afgestemd de Vlaamse band tussen de mensen te versterken en het Vlaamse gevoel aan te wakkeren. 'Onze tv-reporters waren de gezanten van het Vlaamse volk', aldus Jerome Verhaeghe, die in die periode belast was met de organisatie van het journaal (Anthierens, 1965, p. 59). Het journaal was daarbij van elementair belang (Van den Bulck, 2000, p. 205). Het journaal wou het volk een venster op de wereld bieden, en dit vanuit een Vlaamse invalshoek. Opgemerkt moet worden dat dit niet betekende dat de buitenlandse berichtgeving verwaarloosd werd. Naast Vlaamse berichtgeving, hechtten de pioniers van de Vlaamse televisie ook belang aan buitenlandse journaalberichtgeving. Ten slotte moet hier nog vermeld worden op welke manier de eerste nieuwsmakers hun taak ter

harte namen. De journalisten uit de pionierstijd zagen zichzelf als een doorgeefluik: ze gaven de nieuwsfeiten gewoon door aan het publiek. Het kritisch analyseren van de nieuwsberichten liet men over aan de kijker zelf.

4.1.3. Inhoud

Het journaal bestond uit twee delen (Goossens, 1998, p. 66). Het eerste deel werd gevormd door een aantal droog voorgelezen berichten. Het tweede deel was een aaneenschakeling van aaneengelaste filmpjes die het nieuws illustreerden. Het lassen van de filmpjes gebeurde nog ambachtelijk, met schaar en lijm. ‘Filmlas gebroken’ was dan ook een vaak voorkomend pauzeteken. Vaak wordt gedacht dat het nieuws in deze periode enkel en alleen uit hard news bestond. Dat is een algemene misvatting. Reeds in ‘de prehistorie’ van het Vlaamse televisienieuws voelde men de drang om ‘allerhande eerstesteenleggingen en volksfeesten te verslaan’ (Van den Bulck, 2000, p. 204). Opgemerkt moet worden dat deze soft newsitems slechts een kleine minderheid vormden van het journaal. Ook is het zo dat soft news enkel uitgezonden werd indien het kon bijdragen aan de vorming van een Vlaams wij-gevoel. Het Vlaams paternalisme was nooit veraf.

4.1.4. Technologische beperktheden

De technologische middelen van de televisienieuwsdienst in deze periode waren zeer beperkt. Voor binnenlands nieuws beschikten de journalisten slechts over één bron: zichzelf. De enige nieuwsbronnen voor buitenlands nieuws waren de BBC, de Hamburgse televisie en de Amerikaanse ambassade (Anthierens, 1965, p. 59).

Een andere technische beperktheid werd gevormd door het geluid. Geluidsopnamen waren in die tijd nog een wensdroom. Als sonorisiemateriaal maakte men gebruik van grammofoonplaten - er waren er acht ter beschikking - die de beelden de nodige ‘luister’ moesten geven (Anthierens, 1965, p. 59).

Wat betreft het overbrengen van beelden, moet gesteld worden dat ook dit niet altijd even vlekkeloos verliep. Daarbij komt nog dat de snelheid waarmee beelden getoond werden, zeer traag was. Het duurde vaak meer dan één dag voor beelden van een bepaalde gebeurtenis de kijker bereikten.

Tot 1958 beschikte de omroep slechts over drie camera's. Het binnenlands nieuws werd gefilmd door ingehuurde cineasten uit eigen land (Goossens, 1998, p. 66). De opnamewagen waarover men beschikte, was veel te beperkt en niet uitgerust om meer dan een voetbalwedstrijd mee te verslaan (Van den Bulck, 2000, p. 156). De nieuwsdienst beschikte bovendien niet over een eigen nieuwsstudio. De nieuwsuitzendingen werden gepresenteerd vanuit een verbouwde radiostudio in het Flageygebouw in Elsene. Van een behoorlijke eigen tv-redactie was nog geen sprake. Het personeel moest haar draai vinden in een zeer beperkte ruimte (Goossens, 1998, p. 66). Terwijl in de ene hoek een toneelstuk werd gespeeld, werd in een andere hoek alles klaar gezet voor het journaal. Het totaal aantal medewerkers actief bij de totstandkoming van het journaal was schaars.

4.1.5. Financiële situatie

De financiële situatie van de omroep in de pionierstijd was allesbehalve rooskleurig. Zoals de omroepwet van 1930 voorzag, werd de omroep gefinancierd door 90 procent van het luistergeld (Van den Bulck, 2000, p. 155). Aanvankelijk werd slechts een klein percentage hiervan doorgesluisd naar televisie. Het duurde tot in 1958 voor er effectief kijkgeld (en dus niet alleen luistergeld) werd geïnd. Rekening houdend met het feit dat televisie in Vlaanderen gelanceerd werd op 31 oktober 1953, betekent dit dat er vijf jaar voorbij gingen zonder één cent kijkgeld. Financieel ging het de openbare omroep in de jaren '50 bijgevolg niet voor de wind.

4.1.6. Politieke invloeden

In de pionierstijd van de openbare omroep, was de omroep verankerd in een overheidsmonopolie. De overheid had een sterke greep op het televisiegebeuren. Het regende allerhande wetsvoorstellen (Goossens, 1998, p. 67). De politieke invloed lag

dan ook voor de hand. De controle van de voogdijminister werd uitgeoefend door een regeringscommissaris, die alle vergaderingen van de raad van bestuur van de omroep bijwoonde (Goossens, 1998, p. 68). De commissaris kon beroep aantekenen tegen elke beslissing van de omroep. Ook het nieuws werd in bepaalde mate gekleurd door politieke belangen. Burgelman (1990, pp. 350-354), die een doctoraatsthesis schreef betreffende de Vlaamse openbare omroep en politiek, wijst er op dat echte journalistieke onafhankelijkheid ontbrak. Daarentegen was politieke afhankelijkheid schering en inslag. Journalisten klampten zich vast aan de politieke kleur van de raad van bestuur van de omroep. Zelden gebeurde dit uit persoonlijke overtuiging. Veeleer speelden motieven zoals een verhoopte promotie een rol. Onder het motto ‘wiens brood men eet, diens woord men spreekt’, was de journalistieke berichtgeving in deze periode bijgevolg politiek gekleurd.

4.2. Bloeiperiode van de Vlaamse televisie: het BRT-nieuws in de jaren '60 en '70

4.2.1. Algemeen

Ook in de jaren '60 en '70 bleef de informatievoorziening een voorname plaats innemen in de programmering van de Vlaamse openbare omroep. Het nieuws vormde daarbij nog steeds de hoofdbrok. Documentaires, debatten en andere duidingsprogramma's vervolledigden het informatieaanbod van de zender. Nieuws werd meer dan ooit tevoren dé informatiebron bij uitstek. Langzaam maar zeker groeide het uit tot een volwassen journaal met de typische kenmerken van de moderne publieke informatievoorziening (Van den Bulck, 2000, p. 249). Deze typisch moderne informatievoorziening houdt twee aspecten in. Enerzijds een tegemoetkoming aan de informatienoden van de moderne samenleving, en anderzijds een tegemoetkoming aan de doelstellingen van publieke televisie.

4.2.2. Socio-culturele invalshoek

De omroepdoelstellingen bepaalden de nieuwsberichtgeving. De Vlaamse invalshoek en bevoogding bleven een essentieel kenmerk van het journaal (Van den Bulck, 2000, p. 252). Internationale berichten werden zoveel mogelijk gekoppeld aan een Vlaams perspectief. Het uitgangspunt bleef de Vlaming in relatie tot zijn 'Umwelt'.

Naast de blijvende wil tot het creëren van een sterk Vlaams wij-gevoel, bleef ook het opvoedingsperspectief van elementair belang. De journalist wou de Vlaming opvoeden tot een geïnformeerde burger.

4.2.3. Inhoud en vorm

Terwijl in de beginperiode van televisie soft news af en toe opdook in het journaal, was dat in deze periode niet meer het geval. Alle berichtgeving die ook maar een beetje rook naar soft news, werd onverbiddelijk verbannen uit het journaal. Men wou de kijker niet afleiden door allerlei onbenulligheden, maar hem enkel harde nieuwsfeiten geven (Van den Bulck, 2000, p. 252). Dit alles kaderde in de opvoedkundige taak die de omroep zich had opgelegd.

Wat betreft de vorm, kreeg het journaal een homogeen karakter, en het onderscheid tussen woord en beeld - zoals in de beginjaren van de Vlaamse omroep - verdween. Vanaf nu werden beelden tussen het gesproken woord gelast (Anthierens, 1965, p. 71). In 1963 werd besloten het weerbericht en de sport uit het journaal te bannen, zodat men de kijker een kernachtig journaal van maximaal twintig minuten kon aanbieden (Anthierens, 1965, p. 71). Anthierens (1965, p. 71-72) omschreef het als volgt: 'Al het overbodige gepraat valt weg, en de jachtige kijker verneemt nu in een minimum van tijd wat er in ons aards bestel is gebeurd'.

4.2.4. Technologische evolutie

Er werd reeds gesteld dat het journaal uitgroeide tot een volwassen journaal. De rol die de verbetering van de technische middelen daarbij speelde, was niet gering.

Een eerste evolutie was dat er, vanaf de jaren '60, dagelijks persfoto's naar de redactie gebracht werden. Dat was vroeger niet het geval. Ook werd het eenvoudiger om stukken te knippen en te lassen uit de nieuwsbobijn.

Ten tweede werd vanaf begin jaren '60, meer bepaald sinds 1961, gestart met eurovisienieuwsuitwisseling. Zo kon de nieuwsredactie elke dag over een verse lading nieuwsfragmenten uit heel Europa beschikken (Anthierens, 1965, p. 74). De nieuwsredactie abonneerde zich ook op de berichten die het Amerikaanse persagentschap United Press de wereld inzond. Daarenboven werden berichten uit de rest van wereld gecapteerd via de ingebruikname van de Telstar-satelliet in 1968. Eind jaren '60 hadden de journalisten toegang tot zowat alle wereldnieuws, dankzij telexverbindingen en twee beeldontvangers.

Ten derde waren er ook technologische ontwikkelingen wat betreft de werking van de nieuwsredactie. Zo kreeg de redactie zijn eigen captatiewagens ter beschikking. Ook werden nieuwe opname- en montagetechneken geïntroduceerd, die bijdroegen tot de verbetering van het journaal. Hier wordt niet dieper ingegaan op deze specifieke opname- en montagetechneken, omdat dat buiten het bestek van deze verhandeling valt.

Ten vierde kan, wat betreft de evolutie van het gebruik van beelden, het volgende gesteld worden. Door een voortdurende verbetering van de technische apparatuur, werd de afstand tussen de gebeurtenissen en het ogenblik waarop de kijker ermee geconfronteerd werd, stelselmatig verkort. Begin jaren '60 werd het ook mogelijk om gelijktijdig geluid en beeld op te nemen (Anthierens, 1965, p. 72). Dit was mogelijk door de uitvinding van de zogenaamde pilootklank, waarbij één persoon klank en beeld synchroon kon vastleggen.

Ten slotte moet hier nog de ingebruikname van een nieuw gebouw vermeld worden (Van de Bulck, 2000, p. 251). Meteen beschikte de nieuwsdienst ook over een nieuwe studio.

4.2.5. Financiële situatie

Kort en bondig kan gesteld worden dat de economische situatie van de nieuwsredactie verbeterde in deze periode (Van den Bulck, 2000, p. 251). Zo kon de nieuwsredactie uitbreiden van 5 naar bijna 20 journalisten.

Wat betreft het economisch aspect in de jaren '80, moet ook gesteld worden dat de vraag naar reclame op televisie toenam. De verschillende buitenlandse voorbeelden vormden het uitgangspunt. Deze roep om reclame heeft de komst van commerciële televisie versneld.

4.2.6. Politieke invloeden

De omroepwet van 1960 hechtte zeer veel belang aan objectieve berichtgeving. Artikel 28 van deze wet drukte het in de eerste paragraaf als volgt uit: 'de nieuwsuitzendingen van elk der instituten worden in een geest van strenge objectiviteit en zonder enige voorafgaande censuur van de regering gehouden' (Goossens, 1998, p. 69). Toenmalig minister Harmel beschreef de onpartijdigheid als een van de voornaamste pijlers van de omroep. Wat betreft het nieuws, was elke voorafgaande censuur vanwege de regering verboden. De regering had wel de mogelijkheid om de directie van de omroep achteraf ter verantwoording te roepen; maar niet vóór de uitzending.

Burgelman (1990, p. 474) wijst er echter op dat de omroepwet van 1960 de partijpolitieke invloed op de informatievoorziening niet uitroeide:

Daarmee is niet gezegd dat verbatum de wetgever geen andere omroeppraxis nastreefde, maar alleen dat de facto de omroepwet van 1960 op zijn inderdaad inhoudelijk positieve punten gewoon werd genegeerd. En dat niet, zoals de literatuur het voorstelt, later, op het eind van de jaren '60, begin jaren '70 door 'een aantal' politieke partijen die de omroep zijn onafhankelijkheid niet gunden; maar wel door alle partijen.

Sinds eind jaren '60 deed zich ook een nieuw fenomeen voor; er doken namelijk steeds meer zogeheten 'politiek daklozen' op bij de nieuwsredactie van de Vlaamse openbare omroep (Goossens, 1998, pp. 113-116). Steeds vaker weigerden journalisten de ideologie van een bepaalde partij aan te hangen. Dit vormde een groot verschil met de vorige periode, waarbij het hele journalistenkorps van de BRT verzuild was.

4.3. Beginnende commercialisering: het BRT-nieuws in de jaren '80

4.3.1. Algemeen

In 1989 werd de Vlaamse openbare omroep voor het eerst geconfronteerd met concurrentie. In februari van dat jaar verscheen VTM ten tonele. Voor het eerst in 45 jaar monopoliepositie moest de BRT optornen tegen een concurrent. Reeds voordat de concurrentie uit Vilvoorde opdook, waren er op de kabel commerciële buitenlandse zenders. Al snel bleek dat de BRT kijkers verloor aan deze buitenlandse zenders. De redenen lagen voor de hand (De Bens, 1991, p. 236). De buitenlandse commerciële zenders zonden vooral entertainment en andere populaire programma's uit, en dat lokte veel kijkers. De BRT reageerde door haar programmering aan te passen. Ze schraptte dus geen 'serieuze' programma's, maar ze zond die niet meer uit in prime time. Prime time werd gereserveerd voor entertainment. Zoals blijkt, paste de BRT haar programmering reeds aan vóór de komst van VTM, en dit in reactie op de populariteit van de buitenlandse commerciële zenders. Pfetsch (1996, p. 434) wijst er op dat deze aanpassingsstrategie van openbare omroepen onvermijdelijk is. Opgemerkt moet worden dat de buitenlandse concurrentie zich vooral situeerde op

het vlak van het 'entertainment-aanbod', en dus niet zozeer wat betreft informatie- en nieuwsvoorziening. De concurrentie van het buitenlandse aanbod van populair entertainment had, zoals vermeld, wel gevolgen op het zendschema van de Vlaamse openbare omroep.

Door de komst van het eerste Vlaamse commerciële televisiestation daalden de kijkcijfers van de openbare omroep indrukwekkend. Reeds in september 1989 haalde VTM een kijkcijfertaandeel dat groter was dan dat van de openbare omroep. Er moest iets ondernomen worden door de BRT, zoniet dreigde de openbare omroep helemaal van de televisiekaart geveegd te worden (De Bens, 1991, p. 238). In een eerste paniecreactie begon de openbare omroep het percentage serieuze programma's te reduceren, en te vervangen door meer populaire programma's. Dit kan omschreven worden als een soort imitatiestrategie, omdat de openbare omroep de strategie van de commerciële zender imiteerde. Er moet op gewezen worden dat de BRT ook nog een andere strategie implementeerde om VTM te counteren. Zo werd het eerste net van de BRT geprofileerd als het net dat zich specifiek richtte op entertainment en fictie. Het tweede net van de openbare omroep profileerde zich als cultuurzender (De Bens, 1991, pp. 239-240).

4.3.2. Socio-culturele invalshoek

Wat betreft het socio-culturele aspect van de Vlaamse openbare omroep in de jaren '80, moet gesteld worden dat de invloed hiervan niet gering was. De rol van de omroep als versterker en katalysator van maatschappelijke fenomenen is moeilijk te onderschatten. Ook het journaal speelde hierbij een belangrijke rol, vermits het elke dag opnieuw allerlei maatschappelijke fenomenen aankaarte (en nog steeds aankaart). Televisie was geen onzichtbare mediator, maar werd stilaan een echte kracht uit zichzelf (Vandebosch, 2001, p. 166). Dat was vóór de jaren '80 ook al zo, maar bereikte nu een hoogtepunt.

Dit fenomeen had te maken met het toegenomen kijkvolume in de jaren '80 (Vandebosch, 2001, p. 167). In de periode 1980-1993 steeg de dagelijkse kijktijd van de Vlaming met 23 procent. Als oorzaken van deze toegenomen kijktijd in Vlaanderen kunnen onder meer volgende factoren naar voor geschoven worden: het

groeidend aantal zenders, de sterke bekabeling, de introductie van nieuwe technologieën zoals de videocassetterecorder, ...

4.3.3. Inhoud

Wat betreft de inhoud veranderde het journaal van koers. Human interest en soft news werden bovengehaald om de commerciële concurrentie te lijf te gaan. Hieronder wordt Bavo Claes aan het woord gelaten. Zijn citaat illustreert zeer duidelijk de inhoudelijke evolutie.

Zo zie je bijvoorbeeld dat heel wat human interest items aan bod komen in het nieuws, en dat bestond vroeger niet. (...) Niet alleen de concurrentie, maar ook de tijdsgeest speelde een belangrijke rol in die evolutie van het nieuws. Het is zo dat er duidelijk een tendens is in het nieuws om persoonlijker te zijn (Copin & Remysen, 2000).

Ook Denorme e.a. (1991, p. 29) wijzen op eenzelfde tendens. Binnenlands nieuws en spectaculair nieuws nemen toe op de openbare omroep, en dat is ook volgens deze auteurs onmiskenbaar een gevolg van de komst van de commerciële concurrent. Deze auteurs drukken deze evolutie als volgt uit: alles wijst op een ‘toenemend spektakelkarakter’ van het nieuws (Denorme e.a., 1991, p. 22).

4.3.4. Technologische evolutie

Wat betreft de technologische evolutie, kan gesteld worden dat deze zich gewoon voortzette. Zowel het gebruik van beelden, als de snelheid waarmee die beelden de kijker bereikten, als het geluid verbeterden. Al deze technologische verbeteringen leidden ook tot een evolutie wat betreft het journaal van de openbare omroep. Een kort voorbeeld maakt één en ander duidelijk. Dankzij de nieuwste technologische snufjes werd het mogelijk om van een gebeurtenis aan de andere kant van de wereld onmiddellijk beelden te tonen aan de kijker. Vroeger was dit vaak onmogelijk, en lieten de beelden soms meer dan een dag op zich wachten. De nieuwste satellietverbindingen luiden een ommekeer in.

Hier moet ook opgemerkt worden dat de ontwikkeling van allerlei nieuwe technologieën in de jaren '80 bijdroeg tot een snelle komst van nieuwe actoren, zoals kabelzenders en satellietzenders (Vandebosch, 2001, p. 181). Deze commercieel ingestelde omroepen, hadden een grote invloed op de programmering van de Vlaamse openbare omroep, ook wat betreft nieuws. Zo kregen, zoals eerder vermeld (cf. supra), amusementsprogramma's een betere programmering dan nieuws- en duidingsmagazines.

4.3.5. Financiële situatie

De BRT voelde een steeds groter wordende druk om te bewijzen dat ze zorgvuldig omsprong met de toegekende middelen (Goossens, 1998, p. 157). Dat kwam omdat de BRT haar geloofwaardigheid moest instandhouden om zo haar opdrachtgevers te overtuigen dat ze voldoende geld moesten investeren. Enkel zo kon de BRT haar taak behoorlijk uitvoeren. Dit alles kaderde in het debat omtrent de financiering van openbare televisie. Goossens (1998, p. 161) wijst er op dat de overheid eind jaren '80 voortdurend snoeide in de middelen die ter beschikking werden gesteld van de omroep. Dat kwam ook het journaal niet ten goede. Wanneer de financiële middelen van een nieuwsredactie dalen, wordt het moeilijk eenzelfde kwalitatief niveau te blijven aanbieden aan de televisiekijker.

4.3.6. Politieke invloeden

Vanaf begin jaren '80 deed er zich een fenomeen voor dat tot dan toe onbekend was. Voor het eerst brak er stevige kritiek los op het overheidsmonopolie van de BRT (Vandebosch, 2001, p. 157). Deze demonopoliseringstendens en de vraag naar commercialisering pasten perfect in de Europese context waarbij in steeds meer landen het omroepmonopolie werd doorbroken (Van de Woestyne, 2001, p. 17). Het neoliberalistische gedachtegoed, dat begin jaren '80 hoogtij vierde, was een goede voedingsbodem voor deze eisen. In politieke kringen barstte een hevig debat los. Zo

waren de PVV, het Vlaams Blok, en uiteindelijk ook de CVP absoluut te vinden voor demonopolisering. Het journaal van de Vlaamse openbare omroep werd door de CVP meer bepaald te 'links' bevonden. Dit in tegenstelling tot de VU en de SP, die tegenstander waren van het doorbreken van het overheidsmonopolie van de BRT (Vandebosch, 2001, pp. 157-158). Al deze elementen hebben er toe geleid dat er een wettelijke verklaring kwam die leidde tot de komst van commerciële televisie in Vlaanderen.

De politieke druk op de omroep in deze periode was niet gering. Zo stelt Goossens (1998, p. 161) bijvoorbeeld dat politici de omroep aanmaanden een voorstel tot benoeming in te trekken omdat zij een andere kandidaat bevorderd wilden zien.

4.4. Het commerciële tijdperk: het BRTN- / VRT-nieuws in de jaren '90

4.4.1. Inhoud en vorm

Sinds de komst van VTM (en meer recent, sinds de laatste herprofilering van het journaal begin 2002), is er een trend op de openbare omroep naar meer live-interventies tijdens het journaal (Debecker, 2003, p. 89). Deze live-interventies zijn meer specifiek gericht op de informatie- en affectieve behoefte van de nieuwskijker. Of dit een goede aanpassingsstrategie is van de openbare omroep, wordt hier in het midden gelaten. Wel wordt er kort op gewezen dat, wanneer gesproken wordt over de stijging van verslaggeving door een reporter ter plaatse, de term 'verkleutering' schering en inslag is. Hier kan verwezen worden naar een studie van Tuggle en Huffman. Ook deze auteurs kwamen tot de vaststelling dat rechtstreekse verslaggeving in het journaal zeer populair geworden is, ook op openbare omroepen. Te pas en te onpas wordt de televisiekijker bij de hand genomen door een reporter ter plaatse én wordt hem allerhande, al dan niet nuttige, informatie verkondigd (Tuggle & Huffman, 2001, pp. 342-343). Volgens deze auteurs is het zo dat het onderwerp

dat het frequentst in live-interventies behandeld wordt, voor het merendeel entertainment is. De redenen die zij aanhalen voor dit fenomeen worden hier op een rijtje gezet. Ten eerste straalt het nieuws, dankzij rechtstreekse verslaggeving, frisheid uit. Hierdoor heeft het journaal een minder stijf karakter. Ten tweede zou een live-interventie ook blijk geven van energie. De bedoeling is een energiek journaal aan te bieden aan de kijker. Ten slotte wordt er ook nog gewezen op de nieuwsstroom, die vlotter zou verlopen dankzij de liveverslaggeving.

4.4.2. Technologische invloeden

De technologie bereikt in de jaren '90 een tot dan toe absoluut hoogtepunt. De invloed van allerlei technologische hoogstandjes op televisie was/is niet gering. Ook het journaal wordt beïnvloed door de technologische vooruitgang. Beelden van overal ter wereld bereiken in een mum van tijd de nieuwsredactie. Via het internet kunnen journalisten gemakkelijk allerlei informatie opsporen. Rechtstreekse verslaggeving is zeer eenvoudig geworden. Het prijskaartje van al deze technologische middelen is echter niet gering. Zo kost een rechtstreekse verbinding van zo'n tien minuutjes tijdens het journaal, met de Iraakse hoofdstad Bagdad, al gauw meer dan 2000 euro.

4.4.3. Politiek kader

4.4.3.1. Bepalingen omtrent nieuws in het Minidecreet en het Maxidecreet

Omdat de BRTN steeds in een dieper dal verzeild raakte, werd beslist de BRTN te laten doorlichten door een extern bedrijf, meer bepaald Mc Kinsey (Van de Woestyne, 2001, p. 21). De voornaamste aanbevelingen van Mc Kinsey waren deze: er moest een duidelijke missie gedefinieerd worden, de BRTN moest vermijden een nichezender te worden, en ten slotte moest de raad van bestuur maatschappelijk meer

pluralistisch worden en zeker niet politiek verzuimd. De Vlaamse regering heeft vrij snel al deze bepalingen in het Minidecreet van 21 december 1995 gegoten. Het voornaamste doel van dit Minidecreet was de BRTN terug tot een vitale omroep te maken. Ook de opdracht van de openbare omroep wat betreft het journaal, werd in het Minidecreet omschreven: de BRTN zou een leidinggevende rol gaan spelen wat cultuur en informatie betreft (Decreet van 21 december 1995, 12.01.1996, p. 694). Het journaal moest haar taak opnemen, en een vooraanstaande rol gaan spelen in de informatievoorziening van de Vlaming.

Het vernieuwde Directiecomité van de BRTN stelde ook een strategisch plan op als ultiem middel om de BRTN van de totale ondergang te redden. Dit plan kreeg wettelijk vorm in het Maxidecreet van 29 april 1997. De opdracht van de VRT bleef ongeveer hetzelfde, maar wat betreft informatieve programma's, zoals het journaal, werd de nadruk gelegd op onpartijdigheid, waarheid en het naleven van deontologische normen. De voornaamste andere veranderingen onder invloed van het Maxidecreet worden hierna kort aangestipt. Ten eerste werd er een naamsverandering doorgevoerd. De naam BRTN veranderde in VRT. De VRT was vanaf dan een naamloze vennootschap van publiek recht. Ten tweede werd een gewaarborgde overheidsdotatie bepaald. Ten slotte werd er ook een mission statement vastgelegd, en werd de structuur van de bestuursorganen grondig onder de loep genomen. Het Maxidecreet bepaalde ook dat er gewerkt zou worden met beheersovereenkomsten tussen VRT en Vlaamse overheid, telkens voor een periode van vijf jaar. 'Meetbare performantiemaatstaven', luidde het motto.

4.4.3.2. De beheersovereenkomsten en hun invloed op het journaal

4.4.3.2.1. Situering

De wijzigende vorm en inhoud van de journaals op de openbare omroep is niet enkel te wijten aan de demonopolisering van het Vlaamse televisieland. De vorm en de inhoud van de journaals worden tevens bepaald door de veranderende omroepwetten en beheerscontracten. Hier moet wel opgemerkt worden dat de wijzigende wettelijke

kaders wat betreft de openbare omroep op hun beurt zelf beïnvloed worden door de tendens tot commercialisering. Er is dus sprake van een wederzijdse beïnvloeding.

Sinds 1997 wordt het statuut en de opdracht van de VRT geregeld in een beheersovereenkomst met de overheid. Vóór 1997 gebeurde dat door middel van allerhande decreten. Hieronder worden beknopt de meest relevante elementen van de huidige en de vorige beheersovereenkomst besproken.

4.4.3.2.2. De beheersovereenkomst 1997-2001

Deze beheersovereenkomst was een verdere uitwerking van het Mini- en het Maxidecreet. Nieuw was dat bepaald werd hoe de openbare omroep zijn opdracht concreet moest uitvoeren. Meer bepaald doken meetbare performantiemaatstaven op, die de VRT moest nastreven. Er werd een onderscheid gemaakt tussen TV1 en TV2. TV1 kreeg als opdracht zich te richten naar kijkers op zoek naar ontspanning. Dit in tegenstelling tot TV2, dat de taak kreeg zich te profileren als meerwaardezender.

4.4.3.2.3. De beheersovereenkomst 2002-2006

De huidige beheersovereenkomst tussen de Vlaamse Gemeenschap en de VRT werd afgesloten door toenmalig Vlaams minister van Media, Dirk Van Mechelen, en Bert De Graeve, toenmalig gedelegeerd bestuurder van de VRT. Deze overeenkomst bepaalt dat de openbare omroep gebonden is aan een specifieke opdracht. Deze opdracht luidt (Beheersovereenkomst 2002-2006, Hoofdstuk I, artikel 1, § 1, 07.06.01, p. 2):

Een zo groot mogelijk aantal kijkers en luisteraars bereiken met een diversiteit van programma's die de belangstelling van kijkers en luisteraars wekken en er aan voldoen.

In deze beheersovereenkomst is ook een specifiek artikel (Beheersovereenkomst 2002-2006, Hoofdstuk II, artikel 3, § 2, 07.06.01, p. 6) opgenomen betreffende nieuws. Dit is het volgende:

De programma's van de televisienieuwsdienst zullen moeten beantwoorden aan strenge kwaliteitsnormen en aan de geldende normen qua ethiek. Het redactiestatuut, waarvan een deontologische code deel uitmaakt, moet de redactionele onafhankelijkheid verzekeren.

De nadruk ligt op het feit dat een kwalitatief hoogstaand aanbod in de sectoren informatie, cultuur, educatie en ontspanning nagestreefd wordt. Ook wat betreft het bereik van het journaal, is de performantiemaatstaf duidelijk (Beheersovereenkomst 2002-2006, Hoofdstuk II, artikel 3, § 6, 07.06.01, p. 7):

Televisie zal met de totaliteit van zijn journaal, duidings- en informatiemagazines gemiddeld per dag 1,5 miljoen kijkers bereiken. Daarbij zullen de duidings- en informatieprogramma's een gemiddelde waardering van 75% behalen.

Het is interessant te kijken naar de normen die de BRT geacht werd na te streven in de jaren '80 en daarvoor (Lemmens, 1988, p. 10). Zo wordt duidelijk dat er, wat regelgeving omtrent nieuws betreft, een evolutie heeft plaatsgevonden. De omroepwet van 1960 eiste dat de berichtgeving objectief zou zijn. Artikel 28 (§ 1) van deze omroepwet omschreef het als volgt: 'de nieuwsuitzendingen van elk der instituten worden in een geest van strenge objectiviteit en zonder enige voorafgaande censuur van de regering gehouden'. Het decreet van 1979 neemt deze bepaling over in artikel 23. Maar wanneer de BRT eind jaren '80, begin jaren '90 geconfronteerd werd met lage kijkcijfers begon ze deze normen voor nieuws aan te passen aan de standaard van de commerciële omroep. Zo kwam er steeds meer plaats voor faits divers en human interest (De Bens, 1991, p. 238).

4.5. Journaalfacelifts

Hier worden enkel de facelifts vanaf 1987 besproken. Vermits het tijds kader van deze verhandeling zich beperkt tot de periode 1987-2003 is dit een logische afbakening. Hieronder worden deze facelifts op een rij gezet (Van den Broeck, z.d.):

1. Maandag 2 maart 1987: het bar-model



De eerste facelift die het BRT-journaal onderging sinds begin 1987, vond plaats op 2 maart 1987. Op die dag maakte de donkere journaalachtergrond, van waaruit gepresenteerd werd, plaats voor een geel uitzicht. Nieuw was ook de 3D-generiek. Het ging hier vooral om een vormelijke facelift.

Men zal het bij de openbare omroep waarschijnlijk niet met zoveel woorden willen toegeven, maar deze facelift - notabene twee jaar vóór de komst van VTM - kan omschreven worden als een poging om wat moderner over te komen, in de hoop zo het publiek van mogelijke overloperij naar VTM te weerhouden.

2. Maandag 23 oktober 1989: het marmermodel



Op 1 februari 1989 was de eerste commerciële zender in Vlaanderen een feit. VTM ging officieel van start. In oktober van dat zelfde jaar kreeg het BRT-journaal opnieuw een grondige beurt. De nieuwe facelift focuste vooral op een meer intieme stijl: het nieuwe decor met veel donkere tinten moest daarvoor zorgen. Ook een

resem nieuwe gezichten deden hun intrede in de vernieuwde nieuwsstudio: Sigrid Spruyt, Johan Tas, Jan Holderbeke en Alex Puissant werden geïntroduceerd.

3. Maandag 5 september 1994: het bruin-groene decor



Op 5 september 1994 ging het duidingsmagazine Ter Zake van start. Er werd beslist dat ook het BRTN-journaal gebruik zou maken van het nieuwe decor van Ter Zake. Vanaf nu geen grijze monotone kleuren meer, maar het zachte groen van geoxideerd koper gecombineerd met de kleur van bleek leder. Bovendien kreeg het journaal ook een nieuwe generiek. De tot dan toe kenmerkende nieuwsdreun maakte plaats voor een veel zachter klinkend inleidend muziekje. Maar al snel werd duidelijk dat het hier niet om de meest geschikte vormgeving ging.

4. Maandag 1 april 1996: het blauwe model



De aanpassingen die het journaal onderging op 1 april 1996 hadden voornamelijk betrekking op decor en generiek. Een blauw decor met blauwe generieken waren de meest in het oogspringende nieuwe kenmerken. Het typische introductiemuziekje was van de hand van Wim Mertens. Ludo Porrez, toenmalig nieuwsregisseur van het BRTN-journaal, omschreef de uitgangspunten van het nieuwe journaaldecor als volgt: ‘eenvoudig, functioneel, herkenbaar en gebaseerd op licht en diepte. Blauw is de overheersende kleur, belichting speelt een essentiële rol’ (Vandijck, 27.03.1996, p. 38).

5. Maandag 1 september 1997: het oranje decor



Vanaf maandag 1 september 1997 startte de VRT met vijf journaals per dag: om 13 uur, 18 uur, 19 uur, 20 uur en een laatste omstreeks 23 uur. Allemaal in een nieuw kleedje: sober en zonder veel franjes. Het oranje decor deed zijn intrede, en tevens ook een grotere nieuwsstudio. Vanaf die dag werd het TV1-journaal ook gelijktijdig met het VTM-journaal uitgezonden, en dit om 19 uur in plaats van om 19.30 uur. VTM reageerde erg geprikkeld op deze verandering. De VRT reageerde op zijn beurt als volgt: ‘Wat men ook moge beweren, de reden waarom wij ons nieuws op TV1 om 19 uur plaatsen, heeft niets met concurrentie te maken. Het is ingegeven door marktonderzoek dat toont dat de TV1-kijker om 19 uur naar het journaal wenst te kijken’ (Claerhout, 18.09.1997, p. 4). Deze facelift steunde namelijk op de resultaten die het onderzoeksbureau Censydiam bekwam. De VRT nam zich voor om aantrekkelijke, begrijpelijke en toegankelijke journaals te maken voor een breed publiek. Dat alles van hoogstaande kwaliteit. Toenmalig hoofdredacteur van de BRTN, Leo Hellemans, gaf in *Gazet van Antwerpen* toe dat deze nieuwe gedaanteverandering van het journaal vooral gericht was op het aantrekken van meer kijkers. Hellemans formuleerde het als volgt:

Vroeger maakte de BRTN-nieuwsdienst zich weinig zorgen over de behoeften van de kijker. En de redactie legde zijn eigen stempel op het journaal. Concurrentie heeft dit veranderd. Sindsdien wordt er nagedacht over hoe een journaal een zo groot mogelijk publiek kan bereiken, zonder toegevingen te doen aan kwaliteit (Vanheusden, 30.08.1997, p. 1).

Els Witte, voormalig rector van de Vrije Universiteit Brussel en tot 1994 voorzitter van de raad van bestuur van de BRTN, wijst er op dat de ‘vervlakking van het nieuws een echt fenomeen is’ (Casagrande, 26.08.1997, p. 31).

6. Maandag 7 januari 2002: het nieuwsproject 2002



Maandag 7 januari 2002 werd het 'nieuwsproject 2002' gelanceerd. De VRT-journaals zien er vanaf die dag volledig anders uit. Deze nieuwe metamorfose houdt verschillende aspecten in. Wat het vormelijk aspect betreft is er de nieuwe flitsende begingeneriek. Het decor is luchtiger, ruim, open en licht. Deze aanpassing komt er omdat bleek dat in het oude decor, de nieuwslezer vaak belerend overkwam bij de kijker. In het oude decor zat de nieuwslezer namelijk achter een lessenaartje, en dat had een belerend effect. Inhoudelijk is het de bedoeling het nieuws nog toegankelijker te maken. Dat dit nodig is, bevestigt onder meer Daniël Biltereyst, communicatiewetenschapper aan de Rijksuniversiteit Gent: 'Veel mensen begrijpen het journaal gewoon niet. (...) Voor veel mensen is het nieuws te moeilijk. Daarover bestaat geen twijfel, ook niet in buitenlandse onderzoeken.' (Verhoeven, 05.01.2002, p.15). Dit 'vergemakkelijken' van het journaal, moet natuurlijk gebeuren zonder aan kwaliteit in te boeten, althans, dat is het theoretisch opzet. Marc Hooghe, politoloog aan de Vrije Universiteit Brussel wijst er op dat je als zender 'je publiek wilt charmeren. (...) Dat doe je met stijl en verpakking, maar je geeft niet toe op je boodschap. Zeker niet als je een openbare omroep bent' (Verhoeven, 05.01.2002, p. 15). Hierbij moet natuurlijk de vraag gesteld worden of dit in praktijk effectief zo is. Dirk Vandenberghe, journalist van de Financieel Economische Tijd plaatst enkele kritische kanttekeningen:

De vrees bestaat dat de verdunning van het journaal wordt voortgezet. Als er een programma is waar de commerciële zender de laatste jaren trendzettend was en door de openbare zender zonder schroom werd nageaapt, is het wel het journaal. Gerechtigheidsnieuws en faits divers, reporters ter plaatse, satellietwagens, middagnieuws, duopresentatie, het was in eigen land allemaal eerst te zien in het commerciële nieuwsbulletin (Vandenberghe, 08.01.2002, p. 2).

Wat ook nieuw is, is de gevoelige opdrijving van het aantal live-interventies. Ook het feit dat het journaal steeds 45 minuten duurt, is een nieuw gegeven. De vaste waarden van het vernieuwde VRT-journaal worden: kwaliteit, levendigheid en eigentijdse uitstraling. Daarbij komt nog dat vanaf die bewuste 7 januari 2002 elke journaaluitzending een vast gezicht krijgt. Zo krijgen middagjournaal,

zesuurjournaal en avondjournaals vaste ankers toegewezen. Stef Wauters en Martine Tanghe krijgen de opdracht afwisselend het zevenuurjournaal in goede banen te leiden. Wim De Vilder en Sigrid Spruyt zijn vanaf die dag verbonden aan het eenuurjournaal. De implementatie van de vaste ankerpresentatie verloopt echter niet zonder slag of stoot. De hetze rond de *verbanning* van Bavo Claes naar het laatavondjournaal is hierbij illustratief. De krant De Morgen lanceert zelfs een petitie ('Bavo for president') waar honderden Vlamingen op reageren. Maar de VRT-top is bij zijn standpunt gebleven.

5. Besluit

Om bovenstaande literatuurstudie af te ronden, worden hier de belangrijkste elementen op een rij gezet.

In het algemeen kan gesteld worden dat het journaal op openbare televisiezenders in het prille begin een bevoogdende aanpak kent. Gaandeweg komt er in deze situatie verandering. Vanaf de jaren '80 doet een nieuw fenomeen zijn intrede. De commercialisering van televisie is een feit. Overal in Europa ontwikkelen openbare zenders aanpassingsstrategieën als reactie op de commerciële concurrentie. Er komt meer plaats voor entertainment en fictie. Vaak verliest informatievoorziening aan belang. Naast deze evolutie op concurrentieel vlak, spelen ook verscheidene andere elementen een belangrijke rol wat betreft de evolutie van televisiejournaals. Allerlei socio-culturele, technologische, financiële, politieke, vormelijke en inhoudelijke evoluties hebben er voor gezorgd dat televisiejournaals hun huidige vorm kennen. Dat geldt ook voor het journaal van de Vlaamse openbare omroep. De opeenvolgende facelifts, zowel vormelijk als inhoudelijk, hebben dit journaal z'n huidige gezicht gegeven.

Hoofdstuk II: Onderzoeksmethode

Hieronder wordt uitgebreid ingegaan op de gebruikte onderzoeksmethode, zodat de lezer zich een goed beeld kan vormen van het verloop van het gevoerde onderzoek.

1. Inleiding

1.1. Een inhoudsanalyse

In het kader van deze verhandeling wordt geopteerd voor een inhoudsanalyse, meer bepaald een kwantitatieve. Het uitvoeren van een kwantitatieve inhoudsanalyse

gebeurt in verschillende stappen. Hieronder worden de verschillende fasen besproken. Achtereenvolgens worden het doel van de studie, de steekproefkeuze, de definiëring van analyse- en meeteenheid, de afbakening van de variabelen, het coderen en de betrouwbaarheid van het onderzoek belicht. Maar voor hiermee begonnen wordt, wordt eerst even dieper ingegaan op de inhoudsanalyse in het algemeen, en meer specifiek de kwantitatieve inhoudsanalyse.

1.2. Een kwantitatieve inhoudsanalyse

Over de vraag wat een inhoudsanalyse is, zijn gezaghebbende auteurs het niet eens. Uit verschillende hoeken klinkt wel ongeveer hetzelfde geluid, maar telkens met lichte nuances. In zijn boek 'Content analysis in communication research', gaat Bernard Berelson uitgebreid in op deze problematiek (Berelson, 1971, pp. 15-16). Berelson weegt verschillende bepalingen van een aantal auteurs tegenover elkaar af. Zo passeren de definities van onder meer Kaplan, Goldson en Leites de revue. Op basis van zijn analyse van al deze bepalingen komt Berelson zelf tot volgende definitie: 'Content analysis is a research technique for the objective, systematic, and quantitative description of the manifest content of communication (Berelson, 1971, p. 18). Berelson wijst er op dat een inhoudsanalyse aangewend kan worden met betrekking tot uiteenlopende doelen. Meer bepaald onderscheidt hij 17 toepassingsmogelijkheden, waaronder inhoudskenmerken. Berelson deelt deze inhoudskenmerken overigens op in twee soorten: substance (inhoud) en form (vorm). De inhoudsanalyse heeft dus zowel de inhoud als de vorm van de communicatie tot voorwerp (Boone, 1966, p. 62).

De vraag die zich nu opdringt is de volgende: hoe zal aan de hand van een kwantitatieve inhoudsanalyse het journaal onderzocht worden? Om het kwantitatieve aspect tot zijn recht te laten komen, zullen meeteenheden en categorieën vastgelegd moeten worden. Hierbij zal rekening moeten gehouden worden met het doel van de studie en de aard van het materiaal dat onderzocht moet worden. Ook de aard van het medium is van belang. De uitwerking van dit alles wordt hieronder besproken.

2. Doel

Het opzet van deze verhandeling is, zoals reeds vermeld, na te gaan in welke mate het journaal van de openbare omroep in Vlaanderen geëvolueerd is sinds 1987. Een analyse van journaals, en dit betreffende de periode na 1987, dringt zich op. Meer bepaald wordt in deze verhandeling een selectie van journaals, uit de periode 1987-2003, onderzocht.

Aanvullend wordt nagegaan of de inhoudelijke en vormelijke evolutie van het journaal gekoppeld kan worden aan de evolutie van de kijkcijfers. De concrete vraag is dan of de opeenvolgende facelifts daadwerkelijk een positief effect hebben op de kijkcijfers.

3. Steekproefkeuze

Communicatiewetenschappelijk onderzoek maakt vaak gebruik van steekproeven (Boone, 1966, p. 66). Dit is te verklaren door het feit dat de hoeveelheid communicatieboodschappen, die onderzocht moet worden, meestal zeer groot is. Het tijdrovende karakter dat hier eigen aan is, speelt ook een rol.

Het is onmogelijk alle journaals, die sinds 1987 op de Vlaamse openbare omroep werden uitgezonden, te analyseren. Een oplossing voor dit probleem is het trekken van een steekproef uit deze veelheid aan gegevens. Bij de keuze van de steekproefmethode mag het doel van de studie niet uit het oog verloren worden. Ook het medium dat onderzocht wordt, en het onderwerp dat voorwerp is van onderzoek, bepalen mee welke steekproefmethode het meest adequaat is (Wester, 1995, pp. 138-140).

In het kader van deze verhandeling wordt geopteerd voor een gestratificeerde toevalssteekproef. Dit betekent dat het universum vooraf ingedeeld wordt in verschillende strata, en dat er – via een toevalsprocedure – binnen elk stratum een steekproef wordt getrokken. Deze methode wordt verkozen omdat het zo zeker is dat bepaalde elementen van het universum vertegenwoordigd zijn in de steekproef, en andere elementen niet. Er wordt expliciet rekening gehouden met het doel van de

studie. Redenering, deductie en inductie (Boone, 1966, p. 70) liggen aan de basis van deze steekproef.

De beoogde analyse van journaals geeft aanleiding tot het trekken van steekproeven op drie niveaus:

1. selectie van titel / zenders
2. selectie van exemplaren
3. selectie van artikels / rubrieken

Hieronder wordt dieper ingegaan op al deze stappen, aangezien het trekken van de steekproef een essentiële stap is bij dit wetenschappelijk onderzoek.

3.1. Selectie van titels / zenders

De selectie van zenders (of titels wanneer het gaat om gedrukte media) is, wat betreft deze verhandeling, vrij eenvoudig. Omwille van het onderwerp, wordt logischerwijze de VRT als zender geselecteerd. Opgemerkt moet worden dat enkel het eerste net van de VRT, met name TV1, in het onderzoek betrokken wordt. Dit omwille van het feit dat de journaals van TV1 en Canvas (het vroegere TV2) een grote gelijkenis vertonen. Sinds de journaalfacelift van 7 januari 2003 wijkt het Canvas-journaal echter wat meer af van het VRT-journaal. Het Canvas-journaal is sindsdien opgenomen in het duidingsprogramma Terzake. Omwille van het kader van het onderzoek (het schetsen van een evolutie) wordt dit buiten beschouwing gelaten.

3.2. Selectie van exemplaren

Wat betreft de selectie van exemplaren, moeten twee keuzes gemaakt worden.

Vooreerst moet de onderzoeksperiode bepaald worden. Er wordt gewerkt met een steekproef van journaals die samengesteld wordt op basis van het principe van de geconstrueerde weken, en dit voor alle relevante jaren. Dit betekent dat, op toevalsbasis, weken worden samengesteld. Dit zorgt er voor dat, wat betreft de

onderwerpen die aan bod komen in het journaal, vertekening vermeden wordt. Indien de journaals van een gewone week zouden worden opgenomen, wordt het risico gelopen dat in die week een bepaald thema heel actueel was - en dus veel aandacht kreeg - zodanig dat die week dus erg vertekend is door één bepaald onderwerp. Dit wordt vermeden door geconstrueerde weken te bepalen. Onderzoek van onder meer Stempel (1952, p. 334) heeft aangetoond dat 'een onderzoek gebaseerd op een steekproef van zes exemplaren van één krant representatief [is] voor de hele jaargang van die krant als deze steekproef gekozen is volgens het geconstrueerde weekmodel'. Vermits een journaal ook een informatiemedium is dat dagelijks 'verschijnt', is het niet onlogisch te stellen dat dit principe succesvol veralgemeend kan worden naar televisie. Er werd reeds op gewezen dat er enkel voor alle *relevante* jaren een geconstrueerde week wordt samengesteld. Indien er voor elk jaar een geconstrueerde week onderzocht zou worden, zou dat een totaal van 119 te onderzoeken journaals opleveren. Dat is, binnen het tijdsbestek van een verhandeling, praktisch onmogelijk. Bijgevolg worden enkel de relevante jaren bestudeerd. Hiermee worden alle jaren bedoeld waarin een facelift (cf. supra) plaatsvond, én het jaar vóór de eerste facelift sinds 1987. Deze optie lijkt het meest aangewezen in het kader van deze verhandeling omdat op die manier de evolutie wat betreft het journaal het meest duidelijk tot uiting zal komen. Hieronder worden - na de toelichting betreffende de tweede keuze die gemaakt moet worden - de op toevalswijze samengestelde geconstrueerde weken, wat betreft de relevante jaren, weergegeven.

Een tweede keuze die gemaakt moet worden, is welk journaal aan de analyse onderworpen zal worden: het journaal van 13 uur, 18 uur, 19 uur of het laatavondjournaal. Er wordt geopteerd voor het journaal van 19 uur, omdat dit algemeen gezien wordt als de 'moeder der journaals'. Dit tijdstip wordt ook gekozen omwille van de consistentie van het onderzoek. Zo bestond er in 1986 bijvoorbeeld nog geen middagjournaal. Opgemerkt moet nog worden dat vóór de facelift van 1997 het journaal steeds om 19.30 uur werd uitgezonden. Vóór 1 januari 1989 werd het journaal nog een kwartier later uitgezonden, namelijk om 19.45 uur. De uurveranderingen hebben, aldus de VRT (cf. supra), niets te maken met de concurrentiestrijd, maar zijn volledig ingegeven door marktonderzoek. 19.45 uur, 19.30 uur of 19.00 uur: het gaat telkens over het hoofd- of moederjournaal.

➤ **Geconstrueerde week 1: 01/01/1987 - 01/03/1987**

Week 1 wordt geselecteerd uit de periode vóór de eerste facelift van 2 maart 1987. Aangezien er in het VRT-archief slechts journaals beschikbaar zijn vanaf 01/01/1987 wordt noodgedwongen een geconstrueerde week tussen 01/01/1987 en 01/03/1987 gekozen. Optimaler zou zijn indien deze eerste week gekozen kon worden uit het volledige relevante jaar, gaande van 01/03/1986 tot 01/03/1987. Zoals gezegd zijn deze journaals echter niet beschikbaar in het VRT-archief, omdat enkel de reportages zijn bewaard op film, én dit materiaal nog niet gerestaureerd en gekopieerd is. Omwille van deze reden start de onderzoeksperiode van deze verhandeling dan ook in het jaar 1987. De exacte data van week 1 zijn:

Maandag 16 februari 1987

Dinsdag 10 februari 1987

Woensdag 25 februari 1987

Donderdag 1 januari 1987

Vrijdag 16 januari 1987

Zaterdag 31 januari 1987

Zondag 11 januari 1987

➤ **Geconstrueerde week 2: 31/01/1988 - 31/01/1989**

Week 2 wordt geselecteerd uit de periode na de eerste facelift van 2 maart 1987, maar vóór 1 februari 1989 (komst VTM). Naast week 1 is dus ook week 2 volledig samengesteld uit journaals uit het monopolietijdperk van de openbare omroep. Het jaar waaruit deze geconstrueerde week samengesteld wordt, loopt van 31/01/1988 tot 31/01/1989. De exacte data van week 2 zijn:

Maandag 11 april 1988

Dinsdag 24 januari 1989

Woensdag 2 maart 1988

Donderdag 15 december 1988

Vrijdag 18 maart 1988

Zaterdag 5 november 1988

Zondag 4 september 1988

➤ **Geconstrueerde week 3: 24/10/1989 - 24/10/1990.**

Week 3 wordt geselecteerd uit het jaar na de tweede facelift van 23 oktober 1989. Meer bepaald wordt een geconstrueerde week samengesteld uit het jaar dat loopt van 24/10/1989 tot 24/10/1990. De exacte data van week 3 zijn:

Maandag 16 april 1990

Dinsdag 13 februari 1990

Woensdag 6 december 1989

Donderdag 10 mei 1990

Vrijdag 28 september 1990

Zaterdag 24 maart 1990

Zondag 5 augustus 1990

➤ **Geconstrueerde week 4: 06/09/1994 - 06/09/1995**

Week 4 wordt geselecteerd uit het jaar na de derde facelift (op 5 september 1994), gaande van 06/09/1994 tot 06/09/1995. De exacte data van week 4 zijn:

Maandag 19 september 1994

Dinsdag 27 december 1994

Woensdag 28 juni 1995

Donderdag 5 januari 1995

Vrijdag 17 maart 1995

Zaterdag 4 februari 1995

Zondag 16 oktober 1994

➤ **Geconstrueerde week 5: 02/04/1996 - 02/04/1997**

Week 5 wordt geselecteerd uit het jaar na de vierde facelift van 1 april 1996. Meer bepaald wordt een geconstrueerde week samengesteld uit het jaar dat loopt van 02/04/1996 tot 02/04/1997. De exacte data van week 5 zijn:

Maandag 15 juli 1996

Dinsdag 30 april 1996

Woensdag 14 augustus 1996

Donderdag 13 februari 1997

Vrijdag 22 november 1996

Zaterdag 31 augustus 1996

Zondag 5 januari 1997

➤ **Geconstrueerde week 6: 01/09/1997 - 01/09/1998**

Week 6 wordt geselecteerd uit de periode na de facelift van 1 september 1997. Meer bepaald wordt een geconstrueerde week samengesteld uit het jaar lopende van 01/09/1997 tot 01/09/1998. De exacte data van week 6 zijn:

Maandag 26 januari 1998

Dinsdag 7 oktober 1997

Woensdag 11 maart 1998

Donderdag 2 april 1998

Vrijdag 5 juni 1998

Zaterdag 2 mei 1998

Zondag 29 maart 1998

➤ **Geconstrueerde week 7: 08/01/2002 - 08/01/2003**

Week 7, ten slotte, wordt geselecteerd uit de periode na de laatste facelift in de periode 1987-2003, namelijk die van 7 januari 2002. Meer bepaald wordt de periode van 08/01/2002 tot 08/01/2003 beschouwd. Opgemerkt moet worden dat, wegens

praktische problemen met de videobanden uit het VRT-archief, telkens twee dagen uit juli en twee dagen uit juni afkomstig zijn. De exacte data van week 7 zijn:

Maandag 14 oktober 2002

Dinsdag 17 december 2002

Woensdag 25 september 2002

Donderdag 20 juni 2002

Vrijdag 5 juli 2002

Zaterdag 13 juli 2002

Zondag 16 juni 2002

3.3. Selectie van rubrieken

Een journaal bestaat uit volgende rubrieken: de hoofdpunten, het nieuws, de sport, eventueel een positieve uitsmijter, de herhaling van de hoofdpunten en eventueel het weerbericht (Debecker, 2003, p. 48). In het kader van dit onderzoek worden de hoofdpunten en het weerbericht buiten beschouwing gelaten. De bedoeling is namelijk de evolutie te onderzoeken - zowel inhoudelijk als vormelijk - van het eigenlijke nieuws, zijnde de nieuwsfeiten aangevuld met de sport (wat ook nieuwsfeiten zijn).

4. Dataverzameling

Voor de dataverzameling werd een beroep gedaan op het beeldarchief van de VRT in Brussel. Nadat een formele aanvraag was goedgekeurd, werd gestart met het opnemen van alle 49 journaals. Aangezien dit opnemen in 'real time' moest gebeuren, nam dit werk de nodige tijd in beslag. Ook deed er zich op tijd en stond een praktisch probleem voor, maar dat werd – op één keer na (cf. supra) – telkens volledig opgelost.

5. Analyse-eenheid en meeteenheid

5.1. Algemeen

In het kader van een kwantitatieve inhoudsanalyse is het noodzakelijk een onderscheid te maken tussen de analyse-eenheid en de meet- of teleenheid (Boone, 1966, p. 81). De analyse-eenheid is ‘het onderdeel van de bestudeerde communicatie, dat als zelfstandige grootheid geanalyseerd wordt’ (Boone, 1966, p. 85). De meeteenheid dient daarentegen om de omvang van de communicatie te berekenen. Omvang kan, aldus Boone (1966, p. 83), zowel oppervlakte, lengte als duur betekenen. Boone (1966, p. 82) wijst er op dat, ook bij de keuze van analyse- en meeteenheid, de onderzoeker steeds rekening moet houden met het doel van de studie, het materiaal dat men wil analyseren en het medium waarbinnen het onderzoek gevoerd wordt.

5.2. Analyse-eenheid

In het kader van dit onderzoek worden nieuwsuitzendingen geanalyseerd. Nieuwsuitzendingen bestaan uit teksten, en deze teksten kunnen onderverdeeld worden in berichten, paragrafen, zinnen en woorden (Boone, 1966, p. 86). Dit is een inhoudelijke onderverdeling. Vormelijk is een televisienieuwsuitzending opgebouwd uit onder meer beelden, geluid, interviews, reportages, shots, ... Wanneer rekening gehouden wordt met de reeds genoemde factoren (doel, materiaal en medium), dan kan gesteld worden, samen met Boone (1966, p. 86), dat het bericht oftewel het nieuwsitem een zeer adequate analyse-eenheid is. De zin, het woord of de paragraaf blijken stuk voor stuk te beperkte eenheden. Het bericht is vrij duidelijk herkenbaar, omdat het onderwerp van elk bericht een eenheid vormt.

5.3. Meeteenheid

De meeteenheid waarmee in dit onderzoek de omvang van de communicatie bepaald wordt, is de seconde. Het is de bedoeling de omvang van televisienieuwsberichten vast te stellen, en televisienieuwsberichten bestaan uit beelden en woorden. Logischerwijze wordt geopteerd voor de seconde, omdat de seconde gezien kan worden als een compromiseenheid voor woord én beeld.

6. De variabelen

Een inhoudsanalyse staat of valt met zijn variabelen (Berelson, 1971, p. 147). Het opstellen van een adequaat variabelensysteem is van essentieel belang voor elk wetenschappelijk onderzoek. De variabelen moeten duidelijk afgebakend zijn, en aangepast zijn aan de probleemstelling van het onderzoek in kwestie. Er moet ook rekening gehouden worden met de geformuleerde hypothesen. Berelson (1971, p. 162) formuleert het als volgt:

If the problem is not clarified to the point where several worthwhile hypotheses or questions can be formulated, then the projected analysis should be abandoned. The hypotheses and questions provide the 'binding' through which the categories are related to the basic problem.

Het is daarom aangewezen hieronder de hypothesen, die afgeleid kunnen worden uit de literatuurstudie, op een rij te zetten. Vooreerst worden de hypothesen omtrent de inhoudelijke veranderingen besproken. Ten tweede worden de hypothesen betreffende de vormelijke veranderingen naar voor geschoven. Daarna worden achtereenvolgens de verschillende variabelen, die onderzocht zullen worden, belicht.

6.1. Hypothesen

6.1.1. Hypothesen omtrent inhoudelijke veranderingen

- **Hypothese 1: Stijging hoeveelheid soft news**
Hypothese 1 verwacht een toename van de hoeveelheid soft news in het journaal van de openbare omroep in Vlaanderen, en dit gedurende de onderzochte periode (1987-2003).
- **Hypothese 2: Daling hoeveelheid politieke berichtgeving**
Hypothese 2 verwacht een daling van de hoeveelheid politieke berichtgeving in het journaal van de openbare omroep in Vlaanderen, en dit gedurende de onderzochte periode (1987-2003).
- **Hypothese 3: Stijging binnenlandse berichtgeving**
Hypothese 3 verwacht een stijging van de hoeveelheid binnenlandse berichtgeving in het journaal van de openbare omroep in Vlaanderen, en dit gedurende de onderzochte periode (1987-2003).
- **Hypothese 4: Stijging hoeveelheid misdaadnieuws**
Hypothese 4 verwacht een stijging van de hoeveelheid misdaadnieuws (trial coverage) in het journaal van de openbare omroep in Vlaanderen, en dit gedurende de onderzochte periode (1987-2003).
- **Hypothese 5: Toename van de Vlaamse nieuwsberichtgeving**
Hypothese 5 verwacht een stijging van de hoeveelheid VRT-nieuwsberichten die op één of andere manier een band hebben met Vlaanderen, en dit gedurende de onderzochte periode (1987-2003). Met andere woorden gezegd: deze hypothese verwacht een toename van het Vlaams nieuws in de onderzochte periode.
- **Hypothese 6: Toename van de oppervlakkigheid**
Hypothese 6 verwacht een toename van de oppervlakkigheid in de VRT-nieuwsberichtgeving, en dit gedurende de onderzochte periode (1987-2003). Een

toename van de hoeveelheid carouselnieuws (cf. infra variabele 3) wijst op een stijging van de oppervlakkigheid. In carouselnieuwsberichtgeving is het onmogelijk voldoende duiding te geven bij de behandelde nieuwsfeiten. Ook een afname van de tijd die besteed wordt aan elk nieuwsitem, zal er op wijzen dat de nieuwsberichten minder diep uitgespit worden. Met andere woorden: ook zulke evolutie wijst op een toename van de oppervlakkigheid.

➤ Hypothese 7: Toename van negatieve berichten

Deze hypothese verwacht een toename van het aantal negatieve berichten in het journaal op de openbare omroep in Vlaanderen in de onderzochte periode. Via de variabele 'kleur' (cf. infra) wordt het mogelijk deze hypothese te testen.

➤ Hypothese 8: Gevarieerder aanbod wat betreft Belgische politieke partijen

Deze hypothese verwacht dat er in de onderzochte periode een stijging is wat betreft politieke objectiviteit. Dit zou zich dan manifesteren in de vorm van een breder gamma van politieke partijen die belicht worden. De omroepwet van 1960 hamerde op objectieve berichtgeving. Later volgden Mini- en Maxidecreet en de opeenvolgende beheersovereenkomsten, die allen verwezen naar een streven naar objectieve nieuwsberichtgeving. Er zal onderzocht worden of dit ook effectief tot uiting is gekomen. In het monopolistisch tijdperk kreeg de toenmalige BRT immers vaak het verwijt naar het hoofd geslingerd dat de zender te 'rood' gekleurd was. Of deze socialistische getinte berichtgeving verdwenen is, zal moeten blijken.

6.1.2. Hypothesen omtrent vormelijke veranderingen

➤ Hypothese 9: Dubbele ankerpresentatie

Deze hypothese verwacht een journaalpresentatie met twee nieuwsankers. Verwacht wordt dat het journaal van de openbare omroep in Vlaanderen niet meer gepresenteerd wordt door een nieuwslezer, maar door een nieuwsanker. Volgens deze hypothese wordt het nieuws door twee presentatoren, in plaats van

door één presentator gebracht. Dit alles binnen de tijdspanne van de onderzochte periode, vanaf 1987 tot 2003.

➤ Hypothese 10: Stijging van het gebruik van beelden

Deze hypothese verwacht een toename van het gebruik van beelden in het journaal van de openbare omroep in Vlaanderen, en dit in de onderzochte periode (1987-2003). Bijgevolg wordt verwacht dat beelden een steeds belangrijkere rol zijn gaan spelen doorheen de onderzochte periode.

➤ Hypothese 11: Stijging hoeveelheid rechtstreekse verslaggeving

Hypothese 11 verwacht een toename van de hoeveelheid rechtstreekse verslaggeving in het journaal van de openbare omroep in Vlaanderen, en dit gedurende de onderzochte periode (1987-2003).

➤ Hypothese 12: Mannelijke dominantie niet gedaald

Deze hypothese verwacht dat de hoeveelheid mannelijke actoren die in de nieuwsberichtgeving (zowel in verslaggeving met als zonder beelden) aan bod komen, niet gedaald is in de periode 1987-2003. Vooral wanneer de main actor een expert is wat betreft het onderwerp van het item, is de verdeling erg ongelijk.

Ook de hoeveelheid mannelijke nieuwsreporters die in beeld komen bij de verslaggeving, is niet gedaald, aldus deze hypothese. Deze hypothese is gebaseerd op de bevindingen van Cann (2001, pp. 162-172). Hij stelde vast dat de mannelijke dominantie op het scherm in de jaren '90 niet verdwenen is (cf. supra).

➤ Hypothese 13: Eenvoudiger taalgebruik

Hypothese 13 verwacht dat het taalgebruik dat de nieuwslezer hanteert, in de loop der jaren eenvoudiger geworden is. Deze hypothese zal onderzocht worden aan de hand van de Fleschformule. Dit is een formule die de leesbaarheid van een tekst meet. De volledige werkwijze wordt later uitgebreid behandeld.

6.2. Variabele 1: rangschikking van het nieuwsbericht

Met deze variabele wordt de plaats van het nieuwsbericht in het journaal bedoeld. Het eerste nieuwsonderwerp krijgt bijvoorbeeld nummer 1, het tweede onderwerp nummer 2, enzovoort.

6.3. Variabele 2: inhoud

Voor het bepalen van de inhoudscategorieën werd eerst het werk van Boone (1966, p. 277), Lemmens (1988, p. 45), Uyttenbroeck (1990, pp. 46-51), Fouquaet (1995, pp. 36-43), Daem (1995, p. 55), Van Gompel & Plees (1995, pp. 14-19), Decoster (1998, pp. 66-67), en Debecker (2003, pp. 50-51) bestudeerd. Uitgezonderd Boone en Van Gompel & Plees, gaat het hier allemaal om thesisstudenten. Allen bestudeerden zij, in één of andere context, journaals én maakten gebruik van een categorieënsysteem, dat keer op keer - in min of meerdere mate - gebaseerd is op het categorieënsysteem zoals dat terug te vinden is bij Boone.

In het kader van dit onderzoek en de bijhorende hypothesen, is het vooral van belang dat volgende inhoudscategorieën zeker opgenomen worden: soft news, politieke berichtgeving, binnenlandse berichten, misdaadnieuws en Vlaams nieuws. In dit opzicht werd geopteerd om het analyse-instrument van Debecker (2003) aan te passen, omdat dit het meest aansluit bij het te voeren onderzoek. Debecker zelf baseerde zich op Fouquaet (1995), Daem (1995) en Decoster (1998). Er worden 15 inhoudscategorieën weerhouden. Hieronder worden alle inhoudscategorieën op een rijtje gezet, en wordt getracht een zo adequaat mogelijke definiëring van elke inhoudscategorie te geven.

1. Economische en financiële berichtgeving

Hieronder worden alle berichten verstaan met een economische en/of financiële inslag. Het gaat hier meer bepaald over berichten omtrent muntstabiliteit, inkomsten en uitgaven van de staat, in- en uitvoer, de betalingsbalans, de activiteiten van banken en ondernemingen, de wisselkoersen, rentevoeten en het beursnieuws, handel en industrie, bedrijfs- en productieresultaten, overnamen en fusies, privatiseringen, herstructureringen, investeringen en nieuwe vestigingen, goederen- en

dienstenproductie, -verdeling en -consumptie, openbare financiën en overheidsbegroting (staatsuitgaven, -inkomsten en -leningen), fiscaliteit, subsidiëring en belastingen, economische conjunctuur, in- en uitvoerpolitiek, energiepolitiek, openbaar vervoer, openbare werken, ruimtelijke ordening en (verkeers)infrastructuur, postverkeer, exploitatievergunningen, nieuwe productiemethoden, faillissementen, prijspolitiek, douanerechten, invoerquota en accijnzen, personeelsbeleid en management.

Ten slotte behoren tot deze categorie ook alle berichten die handelen over financiële en economische organisaties, zoals bijvoorbeeld het IMF (Internationaal Monetair Fonds) en de OESO (Organisatie voor Economische Samenwerking en Ontwikkeling). Ook berichten omtrent vrijhandelszones, multinationals, transnationale handelsovereenkomsten en ontwikkelingssamenwerking vallen onder deze categorie.

2. Godsdienst en religie

Alle informatie die verband houdt met het godsdienstige leven, worden onder deze categorie geclassificeerd. Berichten over godsdiensten en sekten, over geloof en geloofsinhouden, over de activiteiten van religieuze instanties (wijdingen, benoemingen, ...) en de activiteiten van allerhande levensbeschouwelijke groeperingen (bijvoorbeeld de vrijzinnigen), behoren tot deze categorie. Ook de verhouding Kerk - Staat, als ook de problematiek van geloof en politiek, worden in deze categorie onder gebracht. Ten slotte worden ook berichten omtrent plechtigheden met een religieus karakter, organisaties van gelovigen, levensbeschouwelijke groeperingen en vrijzinnigen, humanisme en ethiek opgenomen in deze categorie.

3. Rampen en ongevallen

Wat betreft rampen, behoren zowel natuurlijke rampen als rampen veroorzaakt door menselijk of technisch falen tot deze categorie. Onder natuurlijke rampen horen onder meer: aardbevingen, orkanen, vulkaanuitbarstingen, overstromingen, lawines, epidemies, plagen, ... Onder menselijk en technisch falen horen thuis: vliegtuigrampen, hongersnood, olierampen, gaslekken, branden, ...

Ongevallen zijn allerlei voorvallen in het verkeer, zoals kettingbotsingen, aanrijdingen, treinongevallen. Ook allerlei huisongelukken, gaslekken en branden horen hier thuis.

4. Misdad en gerechtelijk nieuws

Hiertoe horen alle activiteiten die verband houden met de uitvoering van de rechterlijke macht in de brede zin. Berichten over de activiteiten van al of niet georganiseerde misdaad, variërend van kruimeldiefstal tot bankovervallen, afpersingen, kapingen en ontvoeringen zonder politieke motieven (ontvoeringen met politieke motieven behoren tot de categorie 'politiek en diplomatie'), afrekeningen en drugshandel. Ook berichten omtrent zogeheten witteboordscriminaliteit zoals fraude en kapitaalvlucht worden in deze categorie geclassificeerd.

Nieuws omtrent het optreden van het politieapparaat en de gerechtelijke instanties (het parket, ...) behoort ook tot deze categorie. Het gaat hier dan meer bepaald om nieuws omtrent arrestaties, processen, vonnissen, evenals de berichten omtrent de verhouding politiek - gerecht, waarbij de klemtoon ligt op de gerechtelijke sfeer.

5. Politiek en diplomatie

Onder deze noemer horen de berichten thuis die handelen over openbaar politiek optreden (activiteiten, werkzaamheden, bevoegdheden, handelingen, menigsuitingen, ...) van politieke organisaties, instellingen, groeperingen en personen op internationaal, supranationaal of federaal niveau. Ook het politieke handelen op het niveau van de gemeenschappen, gewesten, provincies en gemeenten hoort in deze categorie thuis. De hier bedoelde politieke organisaties en personen betreffen zowel wetgevende als uitvoerende instanties (koning, regering, ministerraad, volksvertegenwoordigers, ministeries, kabinetten, parlementaire commissies, ...), als overheidsinstellingen, politieke partijen en georganiseerde drukings- en belangengroeperingen, waarvan de activiteiten op het handelen van politieke instellingen of personen gericht zijn. De politieke materies die hierbij aan bod komen, kunnen van velerlei aard zijn: partijprogramma's, defensie, verkiezingen, politieke misdrijven, justitie, gerechtelijk onderzoek met betrekking tot fraude door politici, sociale zekerheid, migranten, media-, milieu-, onderwijs- en verkeersbeleid, officiële ceremoniën alsook decreten, wetten en besluiten.

Ook nieuws over verkiezingen, referenda, berichten over acties zoals betogingen, bezettingen, petitie en dergelijke, die tot doel hebben aan volksvertegenwoordigers of regeerders een probleem onder ogen te brengen of hen te beïnvloeden bij de behandeling er van, behoren tot deze categorie.

De berichtgeving omtrent zogeheten ceremoniële politiek, behoort ook tot deze categorie. Het gaat hier dan om officiële protocollaire politieke activiteiten van leden van het koningshuis.

Ten slotte wordt het diplomatieke nieuws besproken. Hieronder wordt de berichtgeving omtrent de relaties tussen staten onderling beschouwd: staatsbezoeken, onderhandelingen, het optreden van ambassades en consulaten en de organisatie en activiteiten van het internationale politieke leven. Berichten handelend over internationale juridische problemen vallen hier ook onder, omdat de politieke betekenis van deze rechtszaken veel groter is dan de strikt juridische. Het gaat hier om internationale bewapingspolitiek, vredesconferenties, ontwikkelingsbeleid, mensenrechten, economische boycots en internationale jurisdictie met politieke betekenis (internationale gerechtshoven).

6. Milieuberichtgeving

Milieuberichtgeving omvat alle berichten omtrent - het woord zegt het zelf - alles wat te maken heeft met het milieu: de natuurlijke omgeving van mens en dier, milieubeleid, milieuverontreiniging, ecologische problemen, milieubehoud, milieubelasting, milieurecht, Greenpeace, Gaia, ... Ook geluidsoverlast wordt in deze categorie opgenomen.

7. Sociale zaken

Het gaat hier om alle berichten waarin de sociale gevolgen van economische of politieke maatregelen en gebeurtenissen belicht worden. Hieronder worden deze maatschappelijke domeinen, die vaak zeer nauw aansluiten bij het eerder genoemde terrein van de politieke besluitvorming, belicht.

Arbeid, tewerkstelling en sociale nutsvoorziening: dit is de berichtgeving met betrekking tot het sociaal overleg en activiteiten van vakbondsinstansies en werkgeversorganisaties, stakingen en betogingen (als gevolg van sociale onlusten), bedrijfsbezettingen, tewerkstelling en werkloosheid als sociale problematiek, arbeidswetgeving, -vraagstukken en -relaties, sociale wetgeving, sociale zekerheid

en pensioenen, sociale instellingen en nutsvoorzieningen (bijvoorbeeld het OCMW), ziekenfondsen, gezondheidszorg en de paramedische sector (bijvoorbeeld rusthuizen).

Natuurlijk leefmilieu: dit is de berichtgeving omtrent de effecten van de samenleving op de natuurlijke leefomgeving.

Sociaal leefmilieu, bevolking en samenleving: dit is de berichtgeving met betrekking tot diverse andere samenlevingsfeiten en problemen zoals armoede, sociale (wan)toestanden, racisme, discriminatie, abortus, drugs, seksualiteit, jongeren, vrouwenbewegingen, aids, charitatieve organisaties (voor zover deze niet religieus getint zijn), migranten, asielzoekers, vluchtelingen, bevolkingsgroepen en minderheden, levensstandaard, demografie, levensomstandigheden in rampgebieden, verenigingsleven, verkeersproblematiek (bijvoorbeeld verkeersveiligheid), media en communicatie (mediarecht, effecten en invloeden van media en communicatie), enzoverder.

8. Wetenschap, techniek en medisch nieuws

Alle berichten die handelen over uitvindingen en innovaties, de toekenning van wetenschappelijke graden en de werking van wetenschappelijke en technische instituten behoren tot deze categorie. Ook nieuws omtrent wetenschappelijke projecten uit diverse natuur- en geesteswetenschappelijke disciplines, proefnemingen, verslagen over de stand van de wetenschap in bepaalde domeinen, huldigingen van wetenschappers, berichten over ruimtevaart (voor zover zonder militaire oogmerken), en over wetenschappelijke expedities behoren tot deze categorie.

Alle berichtgeving omtrent geneeskunde en volksgezondheid, behoort ook tot deze categorie. Het gaat hier dan bijvoorbeeld om de ontdekking van nieuwe geneesmiddelen, nieuwe operatietechnieken, waarschuwing voor bepaalde geneesmiddelen of voedingsstoffen, ... Besprekingen, aankondigingen of verslagen van wetenschappelijke congressen, bijeenkomsten of evenementen, evenals recensies van wetenschappelijke publicaties horen in deze categorie thuis.

9. Opvoeding en onderwijs

Deze categorie omvat alle berichten omtrent opvoedkunde en pedagogie. Meer bepaald omhelst deze categorie berichtgeving omtrent opvoedkundige en

pedagogische feiten en problemen, onderwijsinstellingen, democratisering van het onderwijs, alfabetiseringsproblematiek, algemene vraagstukken omtrent vorming en opvoeding van kinderen, beroepsvorming, buurtwerk, jeugdzorg, jeugdbewegingen en ouderverenigingen, socio-cultureel werk, studentenverenigingen, enzoverder. Ook alles wat te maken heeft met de organisatie, activiteiten, problemen en evolutie van onderwijsinstellingen, en dit van kleuterschool tot universiteit, valt onder deze noemer.

10. Militaire en paramilitaire berichtgeving

Naast oorlogsverslaggeving gaat het hier ook om berichten over de organisatie en de minder opvallende activiteiten van het leger: berichten over de ontwikkeling, het uittesten en het gebruik van nieuwe wapens, de bespreking van militaire strategieën en de benoemingen in het leger. Ook nieuws betreffende internationale militaire organisaties (zoals de NAVO) en berichten over onderhandelingen, die in hoofdzaak door militairen gevoerd worden, horen in deze categorie thuis.

Met paramilitaire berichtgeving worden berichten bedoeld die handelen over burgeroorlogen, acties van terroristen (kapingen en aanslagen), vrijheidsstrijders, onafhankelijkheidsgroeperingen, rebellen, opstandelingen en guerrilla, als ook de activiteiten van privé-milities en knokploegen.

11. Cultuur en media

Hieronder horen alle berichten die blijk geven van het menselijke streven naar veredeling en schepping: het gaat hier meer bepaald over berichten in verband met de artistieke wereld. Hier komen met andere woorden onderwerpen als film, fotografie, video, literatuur, taal, boeken, strips, muziek, toneel, theater, opera, dans, plastische of beeldende kunsten, mode, design, culinair nieuws en architectuur aan bod. Daarnaast behoren ook huldigingen, prijsuitreikingen, aankondigingen, besprekingen en verslagen van diverse culturele activiteiten en manifestaties tot deze categorie. Ook allerlei muziek-, film- en literaire recensies vallen onder deze categorie. Evenzeer behoren berichten omtrent de werking, organisatie en productie van de verschillende media tot deze rubriek.

12. Soft news

Van Poecke (2003, p. 59) stelt dat onder de brede noemer van soft news zowel human interest stories als faits divers thuishoren. Van Poecke wijst er ook op dat soft news vooral gekenmerkt wordt door personalisering, dramatisering, emotionalisering en concretisering.

Human interest kan, aldus Boyd (1988, p. 8), het best als volgt gedefinieerd worden:

A human interest story may be defined as an extraordinary thing that has happened to an ordinary person. Soft news is lightweight material which people like to hear, such as who has won the pools. (...) It is unusual, ironic or offbeat; the sort of story that people enjoy talking about in pubs and bars.

Concreet behoren tot deze soft news-categorie alle berichten betreffende het privéleven van bekende personen, prominenten en openbare figuren (bijvoorbeeld leden van de koninklijke familie, mediapersoonaliteiten, filmsterren en sportvedetten), als ook andere, gelijksoortige human interest-bijdragen waarvan de harde nieuwswaarde zeer klein is. Hiermee worden allerlei berichtjes over bijzondere prestaties, bizarre, anekdotische, grappige, ongewone, intrigerende of merkwaardige gebeurtenissen, personen, fenomenen en curiositeiten evenals aankondigingen van lokale activiteiten, missverkiezingen en allerhande records bedoeld. In deze categorie worden ook alle berichten opgenomen die te maken hebben met de verjaardag van een gebeurtenis of een persoon. Ten slotte valt ook de zogeheten koninklijke berichtgeving in deze categorie. Hiermee worden alle berichten bedoeld in verband met de niet-politieke activiteiten van een staatshoofd en andere leden van de koninklijke familie. Niet-politieke activiteiten van een staatshoofd zijn bezoeken, reizen, ontvangsten op het paleis van niet-politieke figuren, geboorten, huwelijken en verjaardagen.

13. Sport

Onder deze categorie worden alle sportitems van het journaal geclassificeerd. In het kader van deze verhandeling wordt geen onderscheid tussen de verschillende soorten sportnieuws gemaakt. Er moet op gewezen worden dat indien de klemtoon van het sportbericht niet zozeer op de sportieve prestatie ligt, overwogen wordt dit bericht te classificeren in een andere categorie. Dopingschandalen en omkooppraktijken worden dan onder gebracht in de categorie 'misdad en gerechtelijk nieuws'.

Berichtgeving omtrent het privéleven van sportvedetten valt in de categorie soft news.

14. Vooruitblikken

Tot deze categorie behoren alle aankondigingen van andere programma's. Wanneer binnen het kader van het journaal een ander programma van de zender wordt aangekondigd, dan wordt dat item onder deze categorie geplaatst.

15. Andere

Hieronder vallen alle berichten die niet in één van de bovengenoemde categorieën kunnen worden ondergebracht. Het is de bedoeling deze categorie zo beperkt mogelijk te houden.

6.4. Variabele 3: vorm

Ook de vormcategorieën zijn van essentieel belang voor het onderzoeken van de evolutie van het journaal op de openbare omroep in Vlaanderen. Hieronder geven we een overzicht van de gebruikte vormcategorieën. Deze zijn voornamelijk gebaseerd op Debecker (2003, p. 57), vermits zijn vormcategorieën erg adequaat zijn in het kader van de geformuleerde hypothesen. Waar nodig werden Debecker's vormcategorieën aangepast.

1. Inleiding door nieuwslezer of anker

Het gaat hier om de inleiding van een nieuwsbericht, die voorgelezen wordt door de nieuwslezer of de anker.

2. Nieuwslezer of anker

Het betreft hier alle berichten die door de nieuwsanker worden voorgelezen zonder dat daarbij beelden worden getoond (zowel statische als bewegende beelden).

3. Beeldverslag

De categorie beeldverslag omvat alle bewegende beelden waar personen of zaken bij betrokken zijn. Alle verslagen van gebeurtenissen, voorzien van commentaar van een verslaggever die niet in beeld komt, horen in deze categorie thuis.

4. Correspondent rechtstreeks

Het gaat hier om een live-interventie van een correspondent of reporter ter plaatse, bij de gebeurtenis of de persoon waarover het item handelt. Het betreft hier dan vaak een laatste stand van zaken.

5. Correspondent onrechtstreeks

Hiermee wordt een verslag van een correspondent ter plaatse bedoeld. Dit wordt echter niet rechtstreeks uitgezonden (in tegenstelling tot de vorige categorie).

6. Toespraak, verklaring, persconferentie

Het gaat hier om een opgezet nieuwsitem, gecreëerd met de bedoeling de media te halen. Dit wordt ook wel eens made-news genoemd. Enkel de persoon die aan het woord is, verschijnt in beeld. Naast de hoofdspreker kunnen ook nog andere personen in beeld verschijnen, maar niet als centrale spreker.

7. Interview rechtstreeks

In deze categorie horen alle beelden thuis van personen die antwoorden geven op vragen, die expliciet gesteld worden door een interviewer, die al dan niet in beeld verschijnt. Rechtstreekse interviews op locatie behoren hier toe.

8. Interview onrechtstreeks

Deze categorie verschilt enkel van de voorgaande op dit punt: het interview is op voorhand opgenomen en wordt dus niet rechtstreeks uitgezonden.

9. Studiogesprek

Onder deze categorie vallen de gesprekken van de nieuwslezer met een gastspreker. Dit gesprek vindt dan in de studio plaats. Deze gasten kunnen zowel experts, politici als collega-journalisten zijn.

10. Foto's, kaarten, grafieken en geschreven tekst

Het gaat hier om het tonen van foto's, kaarten, grafieken en geschreven tekst. Met kaarten worden alle grafische voorstellingen van de aarde of een deel ervan bedoeld. Grafieken zijn grafische voorstellingen van een of ander fenomeen. Wanneer de nieuwslezer na het tonen van de kaart, de foto of de grafiek nog even verder praat, hoort dit ook thuis in deze categorie.

11. Fragment

Dit zijn bewegende beelden die door de nieuwslezer van commentaar worden voorzien. Hiermee worden beelden, die worden ingeleid door de nieuwslezer of anker vanuit de studio én waar geen off-screen stem op volgt, bedoeld. Zulk beeldfragment wordt ook wel een 'doorlezer' genoemd.

12. Beeldverslag met interview, toespraak, verklaring, persconferentie erin verwerkt
Het spreekt voor zich dat het hier gaat om een beeldverslag, waarin een interview, een toespraak, een verklaring of een persconferentie verwerkt is, of een combinatie hiervan. Hier moet opgemerkt worden dat indien een nieuwsbericht aan dit vormelijk kenmerk voldoet, het dan gecodeerd wordt bij 'variabele vorm' als categorie 12. Maar, ook de andere vormkenmerken worden in de codering opgenomen, zodat duidelijk blijft welke vormelijke kenmerken er specifiek gebruikt werden. Een voorbeeld maakt een en ander duidelijk. Een nieuwsbericht dat bestaat uit een beeldverslag met een interview en een verklaring, wordt als volgt gecodeerd: 12 => 7 - 6.

13. Carrousel

Een carrousel is een reeks van korte nieuwsberichten die aan elkaar gemonteerd zijn en van elkaar gescheiden worden door een titel zonder studio-inleiding (Peeters, 2002, p. 79). Deze titel geeft zeer beknopt weer waarover het item handelt. Vaak wordt enkel het onderwerp of de regio, waarover het nieuwsitem handelt, weergegeven. Hier kan opgemerkt worden dat indien er een stijging blijkt van het carrouselnieuws, dit geïnterpreteerd kan worden als een toename van de oppervlakkigheid. Bij carrouselnieuws wordt niet diep ingegaan op het onderwerp.

1. Andere

In deze categorie worden alle vormelementen ondergebracht die niet onder één van bovenstaande categorieën kunnen worden geklasseerd. Het kan hier bijvoorbeeld gaan om een gemonteerd reclamefilmje voor andere programma's van de nieuwsdienst, of een gemonteerd stukje dat een nieuwe journaalfacelift aankondigt.

6.5. Variabele 4: plaats van de vormcategorie

Het gaat hier om de plaats van elke gebruikte vormcategorie binnen elk nieuwsbericht. Zo kan er bijvoorbeeld een nieuwsbericht zijn, met als onderwerp de vorming van een nieuwe Belgische regering. Binnen dat onderwerp kunnen er verschillende vormcategorieën gebruikt worden. Zo kan er bijvoorbeeld eerst een inleiding door de nieuwslezer zijn, vervolgens een beeldverslag en ten slotte een studiosprek. De inleiding door de nieuwslezer krijgt dan bij deze variabele nummer 1, het beeldverslag nummer 2 en het studiosprek nummer 3.

6.6. Variabele 5: kleur

In het kader van deze verhandeling, wordt geopteerd om bij elk item na te gaan of het gaat om negatief nieuws. Volgens Van Dijk (1988, pp. 123-124), is nieuws negatief indien het over problemen, conflicten, criminaliteit, oorlogen of rampen handelt. Ook ongevallen worden opgenomen bij het negatieve nieuws. Nieuwsberichten die aan dit criterium voldoen, zullen geclassificeerd worden als negatieve berichtgeving. De variabele kleur heeft twee categorieën, meer bepaald negatief nieuws en niet-negatief nieuws.

6.7. Variabele 6: geografische rubriekscategorie

Het betreft hier een geografische afbakening. Naargelang het continent of het land waar het nieuwsitem over handelt, hoort het nieuwsitem in een bepaalde geografische rubriekscategorie thuis. Deze variabele valt uiteen in verschillende categorieën. Hieronder worden deze categorieën opgesomd.

1. België
2. Vlaanderen: (Opgemerkt moet worden dat de categorie ‘Vlaanderen’ voorrang heeft op de categorie ‘België’. Zo wordt het mogelijk de hoeveelheid Vlaams nieuws na te trekken.)
3. Europa (exclusief België)
4. Amerika
5. Midden-Oosten
6. Azië
7. Oceanië
8. Afrika
9. Internationaal (Wanneer meerdere landen of personen van diverse landen of continenten betrokken zijn.)

6.8. Variabele 7: belichte Belgische politieke partijen

Met deze variabele wordt nagegaan welke Belgische politieke partijen aan bod komen in de nieuwsberichtgeving. De categorieën van deze variabele worden gevormd door alle Belgische politieke partijen, zowel Vlaamse als Waalse.

1. Groen! (Agalev)
2. CD&V (CVP)
3. Ecolo
4. SPIRIT / Idee 21
5. PVDA
6. MR
7. PS
8. CDH
9. SP.a (SP)

10. Vivant
11. Vlaams Blok
12. VLD (PVV)
13. Volksunie / NVA
14. Front National
15. Niet van toepassing

6.9. Variabele 8: geslacht van de nieuwsreporter

Met deze variabele wordt het geslacht van de nieuwsreporter, enkel indien deze in beeld komt, gecategoriseerd. Het gaat hier niet om de nieuwslezer. Er zijn drie categorieën.

1. man
2. vrouw
3. niet van toepassing

6.10. Variabele 9: geslacht van de main actor

Met deze variabele wordt het geslacht van de main actor nagegaan. De main actor is het onderwerp van een nieuwsverhaal (Stevenson & Shaw, 1984, pp. 27-28). Het kan gaan om individuen, groepen of andere entiteiten. Personen, groepen of andere entiteiten die uit het nieuwsbericht gelaten kunnen worden, zonder dat de inhoud van het bericht wordt aangetast, zijn geen main actors maar gewone actors.

Meer concreet is de main actor de voornaamste handelende persoon, groep, dier, natuurfenomeen, ... De main actor wordt meestal als eerste genoemd in het nieuwsitem. Deze variabele is enkel van toepassing indien de main actor een persoon is. De variabele bestaat uit drie categorieën.

1. man

2. vrouw
3. niet van toepassing

6.11. Variabele 10: functie van de main actor

De functie van de main actor wordt onderverdeeld in zes hoofdcategorieën: bekende personen, onbekende personen, organisaties, dieren, objecten en abstracties. De eerste drie hoofdcategorieën (bekende personen, onbekende personen en organisaties) worden onderverdeeld in subcategorieën. Hieronder worden ze één voor één weergegeven.

➤ Bekende personen

1. Koninklijke familie
2. Politici
3. Sportvedetten
4. Showbusinessvedetten
5. Bedrijfsleiders
6. Professoren en deskundigen
7. Kerkelijke bekendheden
8. Vertegenwoordiger van een vakbond
9. Vertegenwoordiger van een werkgeversorganisatie
10. Vertegenwoordiger van een milieuorganisatie
11. Vertegenwoordiger van politie of leger
12. Vertegenwoordiger van een andere vereniging of organisatie
13. Andere bekendheden

➤ Onbekende personen

14. Stakers
15. Betogers
16. Slachtoffers

17. Misdadigers
18. Kiezers
19. Respondenten van een onderzoek
20. Participanten in ongewone aangelegenheden
21. Ooggetuigen
22. Andere gewone mensen

➤ Organisaties

23. Partij
24. Andere politieke organisatie
25. Vakbond
26. Werkgeversorganisatie
27. Milieuorganisatie
28. Kerk
29. Politie of leger
30. Bedrijf
31. Andere organisatie

- Dieren (32)
- Objecten (33)
- Abstracties (34)

6.12. Variabele 11: duur

Deze variabele meet de tijdsduur van elke vormelijke onderverdeling van een nieuwsitem. Aan de hand hiervan kan oppervlakkig nieuws geoperationaliseerd worden. Er kan gesteld worden dat indien de tijd die besteed wordt aan een item, in de periode 1987-2003 is afgenomen, dat dan de oppervlakkigheid is toegenomen. Dit omwille van het feit dat het niet mogelijk is diep in te gaan op een bepaald onderwerp, wanneer er als maar minder tijd aan besteed wordt.

6.13. Variabele 12: kijkcijfers

Deze variabele geeft het gemiddeld aantal kijkers weer voor elk journaal van de steekproef. Opgemerkt moet worden dat deze kijkcijfers slechts ter beschikking zijn vanaf 1989. Vóór 1989 werden de nieuwskijkcijfers niet systematisch bijgehouden. Bovendien werden de kijkcijfermetingen op een andere manier uitgevoerd, waardoor de gegevens niet onderling vergelijkbaar zijn. De VRT stelde deze gegevens dan ook niet ter beschikking in het kader van deze verhandeling.

6.14. Variabele 13: leesbaarheid

Via deze variabele wordt onderzocht of de leesbaarheid van het journaal in de loop van de onderzochte periode geëvolueerd is. Onderzoek naar de leesbaarheid van een tekst is essentieel een onderzoek naar de begrijpelijkheid (de moeilijkheidsgraad) van de verwoording van de communicatie-inhoud. Eén van de meest gebruikte leesbaarheidsformules is deze van Rudolf Flesch. Het gaat hier om de Reading Ease Formula (Fleschformule). Voor de volledigheid wordt hieronder vermeld hoe deze formule precies werkt. De Fleschformule, die steeds toegepast wordt op een willekeurig gekozen, doorlopend citaat van 100 woorden, luidt als volgt: $206,835 - (0,846 \times wl + 1,015 \times gzl)$. Hierbij staat 'wl' voor de woordlengte of het totaal aantal lettergrepen van het 100 woorden-citaat. 'Gzl' wijst op de gemiddelde lengte van de zinnen, uitgedrukt in woorden. Het resultaat van deze formule geeft de mate van leesbaarheid aan, en ligt steeds tussen 0 (bijna onleesbaar) en 100 (zeer gemakkelijk leesbaar). Flesch ontwikkelde een schaal, waarmee men, volgens het verkregen resultaat, de moeilijkheidsgraad van de onderzochte tekst kan bepalen.

Onder meer Van Poecke formuleerde op het leesbaarheidsonderzoek dat gebaseerd is op de Fleschformule enkele concrete punten van kritiek. Vooreerst wijst Van Poecke (1976, pp. 33-37) er op dat de Fleschformule uitgewerkt is voor Engelse teksten, en dus voor het Nederlands slechts een benaderende waarde heeft. Ten

tweede merkt Van Poecke op dat de formule van Flesch wel geldig was voor de doorsnee Amerikaan van de jaren '40, maar dat dit niet meer zo is voor de Amerikaan van vandaag, en ook niet voor de gemiddelde Vlaming van vandaag (Van Poecke, 1976, p. 41). Deze punten van kritiek indachtig, wordt er toch voor geopteerd de Fleschformule te gebruiken in het kader van dit onderzoek. Het doel van deze variabele is enkel om in algemene termen benaderend vast te stellen of er een bepaalde evolutie is wat betreft leesbaarheid van journaalteksten. Dit alles in het bewustzijn van de beperktheid van de Fleschformule.

Ten slotte kan de vraag opgeworpen worden of de Fleschformule wel toepasbaar is op gesproken teksten. Het antwoord hierop wordt door Rudolf Flesch (1951, p. 43) zelf gegeven:

It doesn't matter whether the material is written or spoken. Experiments have shown, however, that what is hard to read is even harder to understand by listening, and what is easy to read is easier to understand by listening. So, in a sense, the test works even better for speaking than for writing.

De Fleschformule wordt toegepast op een steekproef van 7 journaals uit de 49 journaals die geselecteerd zijn voor het volledig onderzoek. Uit elk van de 7 weken wordt ad random een journaal geselecteerd, waarvan telkens de 5 eerste minuten uitgetypt worden. Op deze uitgetypte teksten wordt dan de Fleschformule toegepast. De exacte data van de journaals, waarvan de eerste 5 minuten uitgetypt zijn, zijn de volgende:

- week 1: maandag 16 februari 1987
- week 2: vrijdag 18 maart 1988
- week 3: zaterdag 24 maart 1990
- week 4: maandag 19 september 1994
- week 5: zaterdag 31 augustus 1996
- week 6: dinsdag 7 oktober 1997
- week 7: donderdag 20 juni 2002

7. Coderen

Wat betreft het coderen zelf, moet een algemene opmerking gemaakt worden. Wanneer het bij een bepaalde variabele mogelijk is deze onder te brengen in meerdere categorieën, dan wordt gekeken naar de dominante of hoofdcategorie. Indien nodig, wordt de ondergeschikte categorie (nevencategorie) ook aangegeven.

8. Geldigheid en betrouwbaarheid

8.1. Geldigheid

De geldigheid van wetenschappelijk onderzoek wordt bepaald door volgende vragen (Wester, 1995, p. 147):

- Zijn de gekozen documenten / programma's representatief voor de eenheden waarover men uitspraken wil doen?
- Meet het waarnemingsinstrument wat men wil meten?
- Past de gekozen analyseprocedure bij de vraagstelling?

Er kan gesteld worden dat het onderzoek vrij goed voldoet aan deze drie vragen. Uit voorgaande onderzoeken is reeds gebleken dat geconstrueerde weken een vrij goed beeld opleveren voor de periode van een jaar. Ook de analyseprocedure, een kwantitatieve inhoudsanalyse, is in het verleden nuttig gebleken bij onderzoek omtrent televisie-inhoud. Wester (1995, p. 147) wijst er op dat in het kader van kwantitatieve inhoudsanalyses, er doorgaans weinig aandacht wordt besteed aan geldigheid, maar dat daarentegen betrouwbaarheid hoog ingeschat wordt. Hieronder wordt dit kort belicht.

8.2. Betrouwbaarheid

Betrouwbaarheid heeft betrekking op de reproduceerbaarheid van de resultaten. Het gaat hier meer bepaald om de mate waarin een andere onderzoeker, indien hij dezelfde werkwijze zou hanteren op hetzelfde materiaal, tot dezelfde resultaten zou komen (Wester, 1995, p. 147). Bij dit onderzoek stelt zich voornamelijk het probleem dat de journaals slechts gecodeerd worden door één codeur. Dat kan vertekening opleveren. Er is daarom getracht dit te minimaliseren door zo nauwkeurig mogelijk elke categorie af te bakenen.

9. Codeerschema en codeboek

Alle 49 journaals uit de steekproef worden in dit onderzoek geanalyseerd aan de hand van de hierboven uiteengezette methode. Voor elk journaal wordt een afzonderlijk codeerschema ingevuld, waarin elke variabele de correcte code meekrijgt. Met het oog hierop is een codeboek opgesteld. Ter illustratie wordt in bijlage 1 het codeerschema opgenomen van het eerste journaal uit de steekproef (16 februari 1987). In bijlage 2 kan het volledige codeboek bekeken worden.

10. Besluit

Ter afronding van deze beschrijving van de gebruikte onderzoeksmethode worden hier beknopt de belangrijkste elementen op een rijtje gezet.

In het kader van deze verhandeling wordt geopteerd voor een kwantitatieve inhoudsanalyse van een steekproef van journaals. De bedoeling is namelijk de evolutie van het journaal op de Vlaamse openbare omroep te onderzoeken. Deze methode is daarvoor het meest adequaat. Uit de volledige onderzoeksperiode worden zeven geconstrueerde weken uit evenveel relevante jaren op toevalsbasis samengesteld, wat leidt tot een totaal van 49 te onderzoeken journaaluitzendingen.

Vervolgens worden al deze journaals onderzocht aan de hand van een codeerschema, dat bestaat uit 13 te onderzoeken variabelen per journaal. Deze variabelen zijn de volgende: rangschikking van het nieuwsbericht, inhoud, vorm, plaats van de vormcategorie, kleur, geografische rubriekscategorie, belichte Belgische politieke partijen, geslacht van de nieuwsreporter, geslacht van de main actor, functie van de main actor, duur, kijkcijfers en leesbaarheid.

Hoofdstuk III: Onderzoeksresultaten

1. Inleiding

Voordat hieronder de resultaten van het onderzoek uitgebreid besproken zullen worden, wordt er nog even op het volgende gewezen.

De via een kwantitatieve inhoudsanalyse verzamelde data werden één voor één ingegeven in het statistisch verwerkingsprogramma SPSS. Zo werd een volledige dataset bekomen, die uiteindelijk 796 datalijnen telde. Via de mogelijkheden die SPSS aan zijn gebruiker aanbiedt, werd het mogelijk elke hierboven geformuleerde hypothese te testen. Zo kon onderzocht worden of er al dan niet sprake is van een significant verband tussen de onderzochte variabelen. Hierbij werd voornamelijk gebruik gemaakt van de mogelijkheid om kruistabellen te genereren, met een bijhorende chikwadraattest. Bij het verwerken van de gegevens met SPSS, werd ook gebruik gemaakt van de mogelijkheid om variabelen te hercoderen en/of samen te voegen. Uiteindelijk werden zo bruikbare onderzoeksresultaten bekomen. Deze worden hieronder gepresenteerd. Om zo overzichtelijk mogelijk deze resultaten te belichten, wordt er voor geopteerd om de onderzoeksresultaten aan de hand van de verschillende hypothesen voor te stellen. Bij de bespreking van deze resultaten zal het nodige cijfermateriaal gebruikt worden. Daarbij is het niet de bedoeling om te vervallen in een onoverzichtelijke opsomming van zoveel mogelijk cijfertjes en percentages. Enkel waar nuttig en relevant, wordt naar de nodige cijfers en percentages verwezen.

2. Bespreking hypothese 1: Stijging hoeveelheid soft news

Na nader onderzoek van de chikwadraattoets en de kruistabellen die via SPSS bekomen werden, kan worden vastgesteld dat deze eerste hypothese niet volledig verworpen kan worden. Wat betreft deze hypothese, moet gesteld worden dat er een significant verband is tussen soft news en het nummer van de week. Meer concreet wordt hiermee bedoeld dat er tussen de 7 onderzochte weken, een verschil is wat betreft de hoeveelheid soft news. De hypothese dat de hoeveelheid soft news doorheen de onderzochte periode stelselmatig en rechtlijnig gestegen is, wordt echter niet ondubbelzinnig bevestigd. Wel is er een trend merkbaar. Die trend wijst er op dat sinds de laatste journaalfacelift de hoeveelheid soft news significant gestegen is. Meer bepaald wordt in de laatste week (week 7) die in dit onderzoek onderzocht werd, 20 procent van de nieuwsitems besteed aan soft news. In week 1 en week 2 daarentegen bedroeg dit respectievelijk slechts 10 en 3.3 procent. Week 4, 5 en 6 zijn

vergelijkbaar met week 1. Wanneer ook rekening gehouden wordt met de tijd die aan een nieuwsitem besteed wordt, kan gesteld worden dat ook dan een zelfde trend merkbaar is. In week 1 wordt 10 procent van de totale journaalduur besteed aan soft news, in week 2 zelfs slechts 1.6 procent. Ook in week 4 bedraagt dit percentage slechts 5.3 procent. Ook nu weer zijn week 5 en week 6 vergelijkbaar met week 1. Dit in tegenstelling tot week 7, waar 14.3 procent van de tijd besteed wordt aan soft news. Die 14.3 procent komt, meer concreet, overeen met 377 seconden. Ter illustratie: in week 2 worden slechts 42 seconden aan soft news besteed.

De aandachtige lezer heeft waarschijnlijk opgemerkt dat week 3 tot nu toe onbesproken bleef. Dat heeft te maken met het feit dat week 3 de rol van buitenbeentje vertolkt. In week 3 is soft news namelijk oververtegenwoordigd, zodanig dat er in week 3 - in absolute cijfers - zelfs meer soft news voorkomt dan in week 7. In week 3 worden maar liefst 1204 seconden gewijd aan berichten met 'zachte' nieuwswaarde. Dat komt overeen met 12.4 procent van de totale journaaltijd. Een nadere analyse van de journaals die opgenomen zijn in week 3, leert dat deze vertekening het gevolg is van de grillen van de actualiteit. Zo worden er in deze week maar liefst vier items 'soft news' besteed aan de vijftigjarige verjaardag van de inval in België bij Wereldoorlog II. Ook is er in deze periode een 'retro rubriek', waarbij telkens een aantal jaar terug in de tijd wordt gegaan naar een speciale gebeurtenis uit het verleden. Wat meteen verklaart waarom er in die week een vertekening is wat betreft soft news.

Ter afronding worden de bevindingen omtrent deze hypothese helder samengevat. De hoeveelheid soft news doorheen de onderzochte periode stijgt vooral ná de facelift van 7 januari 2002. Ook in week 3 is er een hoogtepunt wat betreft soft news. Dit is enerzijds te verklaren door de schommelingen in de actualiteit, maar anderzijds ook door de komst van VTM. Week 3 situeert zich namelijk vlak na de facelift van 23 oktober 1989, die de openbare omroep doorvoerde als reactie op de commerciële concurrentie uit Vilvoorde. De onderzoeksresultaten blijken steun te bieden aan een tijdelijke piek in de hoeveelheid soft news. Tot slot wordt hier nog even gewezen op het feit dat wanneer de correlatiecoëfficiënt berekend wordt tussen soft news en het nummer van de week, deze coëfficiënt niet significant blijkt te zijn. De p-waarde horende bij de correlatiecoëfficiënt bedraagt namelijk 0.374, en is dus groter dan 0.05. Er is dus, zoals hierboven reeds bleek, geen rechtlijnig correlatieverband tussen soft news en de periode.

3. Bespreking hypothese 2: Daling hoeveelheid politieke berichtgeving

Wat betreft hypothese 2, moet gesteld worden dat deze hypothese gedeeltelijk bevestigd wordt. Gedurende de onderzochte periode is het aantal politieke items per week vrij constant gebleven. Dit absolute weekaantal schommelt tussen 19 en 23 politieke items per week.

Wanneer, in het kader van deze hypothese, ook rekening wordt gehouden met de duur van elk nieuwsitem, wordt echter duidelijk dat er sinds de journaalfacelift van 7 januari 2002 veel minder tijd besteed wordt aan politieke items. Zo wordt sinds begin 2002 per week gemiddeld 15.4 procent van het totale journaal gewijd aan politiek. Dit in tegenstelling tot de volledige onderzochte periode vóór 7 januari 2002, waar gemiddeld zo een 24.6 procent van de gehele journaalduur besteed werd aan politiek. Er zijn dus sinds 2002 bij benadering nog steeds evenveel politieke items in het nieuws, maar die zijn veel minder uitgebreid dan vroeger. Let wel, het gaat hier dus enkel om een significant verschil tussen de periode vóór 7 januari 2002 en de periode ná 7 januari 2002.

Ter afronding: ook bij deze hypothese komt een duidelijke trend naar voor. Sinds de journaalfacelift van 2002 is de hoeveelheid tijd die gereserveerd wordt voor politiek afgenomen. Dit wordt ook bevestigd door de correlatiecoëfficiënt tussen politiek nieuws en nummer van de week. Deze coëfficiënt bedraagt meer bepaald -0.111 en is significant (de p-waarde bedraagt 0.02). Er is dus een omgekeerd verband tussen de tijd besteed aan politiek en de periode in de onderzochte tijdspanne. Hoe recenter de onderzochte week, hoe minder aandacht voor politieke items. Het absolute aantal politieke nieuwsitems blijft echter constant. De hypothese krijgt dus gedeeltelijk steun van de verzamelde data.

4. Bespreking hypothese 3: Stijging binnenlandse berichtgeving

De data bevestigen deze hypothese. Doorheen de tijd neemt het aantal items dat per week besteed wordt aan binnenlandse berichtgeving systematisch toe. Zo worden er

in de eerste onderzochte geconstrueerde week, slechts 34 items gewijd aan binnenlandse berichtgeving. Dat komt overeen met 41 procent van het totaal aantal berichten in die week. Dit aantal neemt week na week toe, om uiteindelijk in 2002 te eindigen bij 101 binnenlandse items per week, wat betekent dat 54 procent van het totaal aantal nieuwsitems handelt over binnenlandse aangelegenheden. Deze stijging krijgt nog extra kleur, wanneer de buitenlandse berichtgeving in de analyse betrokken wordt. Het is meer bepaald zo dat tot de facelift van 23 oktober 1989 (de facelift in reactie op de komst van VTM), meer buitenlandse dan binnenlandse items aan bod komen in het journaal. Sindsdien overheerst de binnenlandse berichtgeving. Volgend voorbeeld illustreert mooi hoe de verhouding binnenland – buitenland omgekeerd is. In week 1 worden er 15 items méér besteed aan buitenlandse onderwerpen. In week 7 is het net andersom. Hier zijn er 15 items méér omtrent binnenlandse aangelegenheden.

De correlatiecoëfficiënt tussen binnenlands nieuws en nummer van de week bevestigt deze tendens. De coëfficiënt bedraagt 0.071 en is met een p-waarde van 0.047 significant te noemen. Vermits de correlatiecoëfficiënt een positieve waarde heeft, betekent dit dat er een positief correlatieverband is tussen binnenlands nieuws en nummer van de week.

Ook wanneer er een weging wordt gedaan qua tijd, blijft dezelfde tendens zichtbaar. Het aantal seconden binnenlands nieuws per week neemt procentueel toe, en stijgt meer bepaald van 41.2 procent in 1987 tot 57.6 procent in 2002. Hierbij moet opgemerkt worden dat ook wat betreft het buitenlands nieuws deze vaststelling geldt, maar dan in omgekeerde zin. Procentueel neemt de tijd, besteed aan buitenlandse berichten, af in de loop der jaren.

Concluderend kan gesteld worden dat de data steun bieden aan deze hypothese. Opmerkelijk is dat de verhouding binnenlands – buitenlands nieuws sinds de facelift van 23 oktober 1989 omgedraaid is. Ook al focust deze facelift vooral op een vormelijk intiemere stijl qua berichtgeving, toch blijkt dat ook inhoudelijk het één en ander verandert. Niet alleen de hoeveelheid soft news stijgt (zoals hierboven reeds belicht), maar ook de hoeveelheid nieuws met een ‘binnenlands tintje’.

5. Bespreking hypothese 4: Stijging hoeveelheid misdaadnieuws

Tot en met week 4 (dit wil zeggen tot en met de facelift van 1 april 1996) komt misdaadnieuws in beperkte mate aan bod in het journaal. Gemiddeld zijn er in die periode 8 items per week die omtrent misdaad handelen. Dit komt ongeveer overeen met 1 item per dag. Wanneer gekeken wordt naar het percentage van het totaal aantal nieuwsitems dat besteed wordt aan misdaadnieuws, blijkt dat in deze periode 8.75 procent items over misdaad en criminele feiten handelen. Na de facelift van 1 april 1996, is er een forse stijging wat betreft misdaad- en gerechtelijk nieuws. Gemiddeld zijn er vanaf dan zo'n 25 misdaaditems per week, wat meer dan 3 items per dag is. Dit komt overeen met een gemiddeld percentage van 17.7 procent per week, wanneer het totaal aantal nieuwsitems beschouwd wordt.

Zelfs wanneer rekening gehouden wordt met een tijdsweging betreffende de duur van het nieuwsitem, blijft deze trend zichtbaar. Het is namelijk zo dat na 1 april 1996 het aantal seconden per week gewijd aan misdaadberichtgeving, rond 2000 schommelt. Dat komt overeen met gemiddeld 17.2 procent van de totale journaaltijd die per week aan misdaaditems besteed wordt.

Dit in tegenstelling tot de periode daarvoor, wanneer het aantal seconden per week aan criminaliteit besteed, nooit boven 1000 stijgt. Procentueel gezien wordt in die periode nooit meer dan 10 procent van de totale journaalduur per week aan misdaadnieuws besteed.

Zo blijkt dat ook deze hypothese de nodige ondersteuning krijgt van de data. Sinds de facelift van 1 april 1996 krijgt de nieuwskijker dagelijks een flinke brok misdaadnieuws voorgeschoteld. De facelift van 1996 legde weerom niet de klemtoon op inhoudelijke nieuwsaanpassingen. Toch komt hier een inhoudelijke verandering aan het licht. Nieuwsberichten omtrent criminele feiten en aanverwanten worden schering en inslag. Tot slot moet nog opgemerkt worden dat de correlatiecoëfficiënt tussen misdaadnieuws en het nummer van de week, deze onderzoeksresultaten bevestigt. Met een significante waarde van 0.095 wijst deze coëfficiënt op een positieve samenhang tussen misdaadnieuws en tijdsperiode. Hoe recenter de periode, hoe meer misdaadnieuws in het journaal. Een mogelijke verklaring van deze evolutie is dat midden '96 in België de zaak Dutroux losbarst. Deze affaire omtrent de misdaden van Marc Dutroux (ontvoering, verkrachting en doding van verschillende tieners) levert vanzelfsprekend heel wat stof op voor het journaal. Heel België staat

snel in het teken van de haat tegen Dutroux en zijn kompanen. De media werpen zich dan ook met man en macht op de hele zaak. Het is daarom waarschijnlijk dat de stijging van de hoeveelheid misdaadnieuws sinds 1996 samenhangt met de affaire Dutroux.

6. Bespreking hypothese 5: Toename van de Vlaamse nieuwsberichtgeving

De toename van 'Vlaamse items' in het journaal verloopt niet volgens een rechtlijnige stijgende functie. Wel is het zo dat er - in de onderzochte periode - drie tijdsintervallen, waarin het 'Vlaamse nieuws' telkens in verschillende mate toeneemt, kunnen worden afgebakend. Meer bepaald is het Vlaams nieuws gedurende de eerste twee weken van de onderzochte periode sterk ondervertegenwoordigd in vergelijking met de rest van de wereld. Het gaat hier meer bepaald over 16.5 procent van het totaal aantal items. Hierbij is het opmerkelijk dat deze twee weken zich situeren vóór en vlak na de komst van de eerste Vlaamse commerciële zender. De openbare omroep besteedt wekelijks gemiddeld 14 items aan nieuwsfeiten, die zich wat betreft geografie over Vlaanderen uitstrekken. In vergelijking met nieuws dat niet specifiek over Vlaanderen gaat, maar over België in zijn geheel, moet het volgende opgemerkt worden. Het is namelijk zo dat er, in deze periode, gemiddeld zo 'n 10 items méér gewijd worden aan Belgische berichtgeving. In vergelijking met het Vlaams nieuws, scoort het Belgisch nieuws eind jaren '80 dus veel beter. Meer bepaald gemiddeld 28.6 procent van het totaal aantal items.

Een volgend tijdsblok betreft de daaropvolgende vier onderzochte weken. In deze periode neemt de hoeveelheid Vlaams nieuws toe. Niet spectaculair, maar de stijging is er. Gemiddeld wordt in deze periode 20.65 procent van het totaal aantal items aan Vlaamse berichtgeving besteed. Daarmee maakt de Vlaamse nieuwsberichtgeving in deze periode een inhaalmanoeuvre ten opzichte van de Belgische berichtgeving. Toch beent de Vlaamse nieuwsberichtgeving de Belgische nog niet bij. Dat gebeurt pas na de journaalfacelift van 7 januari 2002.

In de onderzochte week na deze laatste facelift, stijgt de hoeveelheid Vlaams nieuws spectaculair, zowel absoluut als wat betreft tijd. Zo heeft vanaf nu 28.9 procent van de nieuwsitems een Vlaams tintje. Dat komt overeen met 54 wekelijkse

items specifiek over Vlaanderen. Wanneer rekening gehouden wordt met een tijdsweging, komt deze trend ook duidelijk naar voor. Ter illustratie: in week 1 werden 1301 seconden gewijd aan Vlaamse materies, terwijl er in week 7 maar liefst 5192 seconden gereserveerd worden voor Vlaams nieuws. Procentueel komt dit overeen met respectievelijk 16.0 en 32.1 procent van de totale journaaltijd die in week 1 en week 7 besteed wordt aan Vlaams nieuws. Dit betekent meer bepaald een verdubbeling van week 1 naar week 7. Het gaat hier bijgevolg om een duidelijke toename, die ook significant blijkt te zijn na het bestuderen van de chikwadraattoets.

Wanneer de correlatiecoëfficiënt tussen de variabelen Vlaams nieuws en nummer van de week berekend wordt, blijkt deze coëfficiënt de besproken trend te bevestigen. Er is een eerder zwakke correlatie tussen de hoeveelheid Vlaams nieuws en het nummer van de week. De correlatiecoëfficiënt bedraagt meer bepaald 0.068. Met een p-waarde van 0.055 is deze coëfficiënt net niet significant. Om significant te zijn moet de p-waarde immers kleiner zijn dan 0.05, en dat is hier niet het geval. Maar omdat het om zulke kleine afwijking gaat, beschouwen we de coëfficiënt toch als relevant.

Ter afronding kan gesteld worden dat er in de onderzochte periode een toename is van Vlaams getint nieuws. De meest explosieve toename vindt weerom plaats ná de facelift van 2002. Sinds deze facelift heeft het Vlaams nieuws zelfs een voorsprong - wat betreft hoeveelheid - ten opzichte van het Belgisch getint nieuws.

7. Bespreking hypothese 6: Toename van de oppervlakkigheid

Deze hypothese wordt op twee manieren onderzocht. Vooreerst wordt nagegaan of de hoeveelheid carouselnieuws toegenomen is, omdat dit wijst op een oppervlakkiger omspringen met allerlei nieuwsfeiten. Ten tweede wordt onderzocht welke evolutie de tijd, die aan de verschillende nieuwsitems besteed wordt, heeft ondergaan. Een daling van de hoeveelheid tijd per nieuwsitem wijst namelijk mogelijk op een meer oppervlakkige behandeling van dat item.

Vooreerst wordt dieper ingegaan op de evolutie wat betreft carouselnieuws. Onmiddellijk valt op dat er vóór de facelift van 1 september 1997 nooit sprake is geweest van carouselnieuwsberichtgeving. De facelift van 1997 heeft daar voor het

eerst verandering in gebracht. De VRT wou met deze facelift aantrekkelijke, begrijpelijke en toegankelijke journaals voor een breed publiek maken (cf. supra). Zoals blijkt uit de onderzoeksresultaten, duikt daarbij voor het eerst carouselnieuws op. In week 6 wordt 4.9 procent van alle nieuwsitems in carouselvorm aan de kijker gepresenteerd. Na de facelift van januari 2002 neemt het carouselnieuws nog een hogere vlucht. Het percentage carouselnieuws in week 7 stijgt tot 16.6 procent. Ook wanneer rekening gehouden wordt met een weging wat betreft de duur van elk item, komt een zelfde tendens naar voor. In week 6 wordt 1.6 procent van de totale nieuwsduur besteed aan carouselberichtgeving. In week 7 stijgt dit percentage tot 5.2. De correlatiecoëfficiënt tussen de variabelen carouselnieuws en nummer van de week heeft een waarde van 0.254, en bevestigt bijgevolg deze tendens. Met een p-waarde kleiner dan 0.05 blijkt deze coëfficiënt immers significant. Hoe recenter de onderzochte geconstrueerde week, hoe meer carouselnieuws er in het journaal voorkomt.

Ten tweede wordt hieronder besproken hoe de tijd per nieuwsitem geëvolueerd is doorheen de onderzochte periode. Voor alle duidelijkheid wordt hierbij de tabel (tabel 1) weergegeven die de verschillende gemiddelden aangeeft.

Tabel 1: Gemiddelde totale duur van een nieuwsitem, per onderzochte geconstrueerde week, op de openbare omroep in Vlaanderen uitgedrukt in seconden (totaal van 7 onderzochte weken = 49 onderzochte journaals)

Nummer van de week in de steekproef	Gemiddelde totale duur per nieuwsitem	N	Standaarddeviatie	Minimum	Maximum
Week 1	98.23	83	61.385	5	300
Week 2	97.57	88	53.423	19	287
Week 3	101.55	96	39.030	13	202
Week 4	103.67	104	44.977	17	226
Week 5	92.98	116	42.582	12	230

Week 6	102.45	122	57.607	18	324
Week 7	86.45	187	54.633	11	371
Totaal	96.38	796	51.498	5	371

Opvallend is dat de gemiddelde duur van een item tot en met week 6 niet erg fluctueert. Enkel in week 5 daalt de gemiddelde itemduur tot 93 seconden, wat neerkomt op ongeveer anderhalve minuut per nieuwsitem. In week 1, 2, 3, 4 en 6 schommelt de gemiddelde tijdsduur per item rond 100 seconden. Een breuk in deze gelijklopende gemiddelden vindt plaats na de journaalfacelift van 7 januari 2002. De gemiddelde itemduur daalt tot 86 seconden. Hieruit kan afgeleid worden dat de nieuwsitems vanaf deze facelift gemiddeld een kortere duur hebben in vergelijking met hun tegenhangers uit de periode voorafgaand aan deze facelift. De VRT wou met 'het nieuwsproject 2002' een levendiger journaal aanbieden. Eén van de mogelijkheden om dit te bereiken is de duur van de nieuwsitems in te korten, zodanig dat het geheel een meer flitsende uitstraling krijgt. Uit de gemiddelden blijkt dat deze verkorting van de itemduur ook effectief is doorgevoerd. Het feit dat de nieuwsitems steeds korter worden, heeft echter ook een implicatie wat betreft de oppervlakkigheid van het journaal. Het is duidelijk dat, wanneer steeds meer items minder uitvoerig behandeld worden, dit de oppervlakkigheid van de verslaggeving doet toenemen.

Wat betreft deze hypothese kan samenvattend het volgende gesteld worden. Sinds de facelift van 1 september 1997 heeft het carouselnieuws zijn intrede gedaan in het journaal. Sinds de facelift van 7 januari 2002 is bovendien de duur van de nieuwsitems gevoelig verkort. Deze beide gegevens leiden er toe dat de hypothese in verband met toegenomen oppervlakkigheid niet kan worden verworpen. Integendeel, sinds eind jaren '90 blijkt de oppervlakkige behandeling van nieuwsfeiten steeds toegenomen te zijn.

8. Bespreking hypothese 7: Toename van negatieve berichten

Voor een goed begrip van de bespreking van deze hypothese wordt hier kort herhaald wat, in het kader van deze verhandeling, bedoeld wordt met negatieve berichtgeving. Zoals hierboven bij de uiteenzetting van de onderzoeksmethode

gesteld, is nieuws negatief indien het over problemen, conflicten, criminaliteit, oorlogen of rampen handelt. Ook ongevallen worden opgenomen bij het negatieve nieuws (Van Dijk, 1988, pp. 123-124).

Volgens de hypothese is het aantal negatieve berichten doorheen de onderzochte periode toegenomen. De data bevestigen deze hypothese niet. In week 1, 2 en 7 ligt het percentage negatief gekleurd nieuws beduidend hoger dan in de overige weken. Meer bepaald ligt het percentage negatief nieuws in week 1, 2 en 7 telkens boven 30 procent. In de overige weken stijgt dit percentage maar nipt boven 20 procent. Wanneer ook rekening gehouden wordt met een weging volgens de totale duur van elk nieuwsitem, komt een zelfde trend naar voor. Ook dan blijken week 1, 2 en 7 koploper te zijn wat betreft negatief nieuws. De percentages komen vrij goed overeen met de percentages negatief nieuws zonder tijdsweging. Respectievelijk 35.1, 36.8 en 31.4 procent van de totale nieuwsduur in week 1, 2 en 7 wordt gewijd aan negatief getinte berichtgeving. In de daartussen liggende weken ligt dit percentage telkens slechts rond 20 procent. Opgemerkt moet nog worden dat het hier telkens gaat om significante resultaten. Dat blijkt uit de chikwadraattoets die uitgevoerd werd.

Wat betreft deze resultaten kan de vraag gesteld worden hoe het komt dat er in week 1 en week 2 zo een hoog percentage negatief nieuws aangeboden wordt aan de nieuwskijker. Week 1 en week 2 zijn beiden samengesteld uit dagen vóór 1 februari 1989, de datum dat VTM ten tonele kwam. Het lijkt dus vreemd dat in het niet-commerciële tijdperk de toenmalige BRT zo een hoog percentage negatief nieuws aanbod. Er mag echter niet uit het oog verloren worden dat in die periode voor de komst van VTM, er buitenlandse commerciële zenders op de kabel waren. Al snel palmde deze zenders een deel van het publiek van de Vlaamse openbare omroep in (De Bens, 1991, p. 236). Een mogelijke verklaring voor de hoge percentages negatief nieuws in deze periode vóór de lancering van VTM, kan dus gevonden worden in de strijd om de kijker van de BRT met de buitenlandse commerciële zenders. De vraag blijft echter waarom dit percentage ná de komst van VTM een duidelijke daling kende. Volgens de hypothese zou dit percentage moeten stijgen. Een mogelijke verklaring is dat de nieuwsredactie opteerde om wat meer niet-negatief getint nieuws te brengen, zodanig dat de kijker geen onaangenaam gevoel krijgt tijdens het bekijken van het journaal. Dat vergroot de kans dat de

nieuwskijker na het journaal blijft hangen bij de openbare omroep. En dat is in een commercieel televisielandschap van essentieel belang.

Tot nu toe werd gefocust op het betrekkelijk hoog percentage negatief nieuws in week 1 en week 2. De stijging van het percentage negatief nieuws in week 7 bleef tot nog toe buiten beschouwing. In wat volgt wordt hier dieper op ingegaan.

Het hoge percentage negatief nieuws in week 7 kan verklaard worden als een gevolg van de journaalfacelift van 7 januari 2002. De bedoeling van deze journaalfacelift was om het nieuwsbulletin vormelijk en inhoudelijk tot een moderner geheel om te vormen. Met dit doel in het achterhoofd, is het niet onlogisch dat het percentage negatief nieuws in deze periode een hoge vlucht neemt. Ten slotte is het toch hip en modern om sensatie (hier dus in de vorm van negatief nieuws) niet te schuwen...

Tot slot wordt nog de correlatiecoëfficiënt berekend tussen het nummer van de week én het negatief nieuws. Dit geeft weer in welke mate en welke richting deze twee variabelen correleren. De correlatiecoëfficiënt is negatief en heeft een waarde van 0.2, maar is met een p-waarde van 0.574 niet significant te noemen. Er is dus geen sprake van een correlatie tussen nummer van de week en negatief nieuws. De hypothese die hier beschouwd werd, moet verworpen worden.

9. Bespreking hypothese 8: Gevarieerder aanbod wat betreft Belgische politieke partijen

Wat betreft deze hypothese, moet gesteld worden dat de resultaten geen eenduidig antwoord bieden. Uit de resultaten blijkt wel dat wat betreft het aantal Belgische politieke partijen dat aan bod komt in het journaal, dit aantal gestegen is gedurende de onderzochte weken. In de eerste drie onderzochte weken komen slechts drie partijen aan bod in de berichtgeving, namelijk de drie grote families van christen-democraten, socialisten en liberalen. Uit de resultaten van het gevoerde onderzoek blijkt dat de christen-democraten het net iets beter doen dan de socialisten wat betreft aanwezigheid in het journaal. De liberalen volgen een eindje verder op. De gemiddelde percentages voor de drie eerste weken zijn 4.9, 4.1 en 1.5 voor respectievelijk christen-democraten, socialisten en liberalen. Voor alle

duidelijkheid: 4.9 procent van de items in de eerste drie onderzochte weken heeft een christen-democratische partij in de hoofdrol. 4.1 procent van alle items gedurende de eerste drie onderzochte weken heeft een socialistische partij als hoofdrolspeler en 1.5 procent van de berichtgeving is weggelegd voor een liberale partij als hoofdrolspeler. Ook wanneer rekening gehouden wordt met een tijdsweging, blijken dezelfde resultaten naar boven te komen. Gemiddeld wordt gedurende de eerste drie onderzochte weken 5.9, 5.6 en 2.1 procent van de totale journaaltijd besteed aan respectievelijk een christen-democratische, socialistische en liberale partij in de hoofdrol. Opmerkelijk aan deze resultaten is dat de christen-democraten telkens beter scoren dan de socialisten. Dat is in tegenstelling met wat eerder reeds gesteld werd, namelijk de kritiek die in de periode vóór de komst van VTM vaak gehoord werd. Deze kritiek, meestal uit christen-democratische hoek, kwam er op neer dat de openbare omroep te socialistisch gekleurd bevonden werd. De resultaten van dit onderzoek nuanceren deze kritiek echter. Opgemerkt moet nog worden dat bij dit onderzoek een partij enkel wordt opgenomen, als ze een hoofdrol speelt in het nieuwsitem. Het gaat dus enkel om de nieuwsitems met een Belgische politieke partij in de hoofdrol.

Wat betreft de volgende onderzochte weken, moet gesteld worden dat het aantal belichte politieke partijen stelselmatig is toegenomen. Vanaf nu komen ook de groenen, het Vlaams Blok (het Front National) en de VU aan bod (in een 'hoofdrol', zoals hierboven gesteld). In vergelijking met de drie eerder genoemde grote politieke families, krijgen deze partijen slechts een rol in de marge toebedeeld, wat betreft hun aandeel in de nieuwsberichtgeving. Wat ook opvalt is dat vanaf week 4, de rollen tussen christen-democraten en socialisten omgedraaid worden. Zo hebben vanaf die week de socialisten telkens een hoger aandeel in de nieuwsberichtgeving. Er is echter één uitzondering, en die wordt gevormd door week 6. In deze week wordt maar liefst 22.3 procent van de volledige journaaltijd besteed aan nieuwsitems met een christen-democratische hoofdrolspeler, en dat is een absoluut hoogtepunt. Dit is te verklaren door het feit dat in deze week vijf items gewijd worden aan de beleidsverklaring van de regering Dehaene bij de opening van het nieuwe parlementair jaar (op dinsdag op 7 oktober 1997), waarbij de toenmalige CVP-premier Jean-Luc Dehaene natuurlijk telkens een belangrijke rol speelt. Ook is er in week 6 heel wat aandacht voor de plannen van eerste minister Dehaene omtrent de

politiehervorming. Dit alles verklaart waarom er zich in week 6 een christen-democratische piek situeert.

In het algemeen kan er dus gesteld worden dat er inderdaad in de loop der jaren meer diversiteit is gekomen wat betreft het aanbod aan politieke partijen. Maar, toch is het zo dat CVP/CDH, Sp.a/PS en VLD/MR gedurende de hele onderzochte periode het meest aan bod komen. Het aantal items en de tijd die besteed worden aan andere Belgische partijen is veel kleiner. Een mogelijke, vrij eenvoudige verklaring die hier kan opgeworpen worden, is dat de CVP/CDH, de Sp.a/PS en de VLD/MR nu eenmaal de voornaamste en grootste Belgische partijen zijn, en dat het daarom niet onlogisch is dat ze het meest aan bod komen in de nieuwsberichtgeving. Daarbij komt nog dat deze partijen de voornaamste coalitiepartijen van de regering zijn gedurende de onderzochte periode. Dat verklaart mogelijk ook waarom deze partijen het meest in de belangstelling staan.

10. Bespreking hypothese 9: Dubbele ankerpresentatie

De data bieden aan deze hypothese slechts gedeeltelijk steun. Deze hypothese verwacht dat doorheen de onderzochte periode de nieuwslezer verandert in een *nieuwsanker*, én dat het journaal gepresenteerd wordt door twee zulke ankers.

Wat betreft de metamorfose van nieuwslezer naar anker, moet gesteld worden dat deze evolutie effectief heeft plaatsgevonden. De overgang van (belerende) lezer naar anker vindt namelijk plaats bij de facelift van 7 januari 2002. Elk journaal krijgt, zoals hierboven reeds vermeld, een vaste anker. Sindsdien worden Martine Tanghe en Stef Wauters de vaste gezichten van het zevenuurjournaal. In augustus 2003 verandert dit, met de overstap van Stef Wauters naar de concurrentie in Vilvoorde. Wim De Vilder neemt zijn rol over. Het feit dat de VRT sinds ‘het nieuwsproject 2002’ opteert om te werken met vaste nieuwsankers, past perfect in het opzet van de hele facelift: het journaal zou toegankelijker worden, zowel vormelijk als inhoudelijk. En dat is onmogelijk met een nieuwslezer in de hoofdrol. De nieuwslezer kwam vanachter zijn lessenaartje immers vaak als belerend over.

Wanneer de dubbele ankerpresentatie in beschouwing wordt genomen, moet gesteld worden dat de VRT deze evolutie niet heeft ondergaan. Dit deel van de

hypothese moet bijgevolg verworpen worden. De VRT heeft er nooit voor geopteerd het nieuws te laten lezen door twee ankers. Hier moet wel opgemerkt worden dat het sportnieuws gebracht wordt door een andere journalist. Maar dat wordt binnen het kader van dit onderzoek buiten beschouwing gelaten, vermits hier voornamelijk gefocust wordt op het eigenlijke nieuws.

Tot slot worden hier kort de conclusies betreffende deze hypothese herhaald. Sinds de facelift van 2002 wordt het journaal telkens gepresenteerd door één vaste anker. De VRT heeft niet de trend van de commerciële zender overgenomen om het journaal te laten brengen door twee ankers.

Voor de volledigheid past het hier een opmerking te maken die mooi illustreert hoe de openbare en commerciële omroep elkaar wederzijds beïnvloeden. Sinds februari 2004 heeft VTM namelijk het concept van één nieuwsanker per journaal geïmplementeerd... en was dat nu net niet het handelsmerk van het VRT-journaal? Deze opmerking wordt hier slechts illustratief opgenomen, vermits de tijdsperiode van dit onderzoek slechts loopt tot eind 2003.

11. Bespreking hypothese 10: Stijging van het gebruik van beelden

Om deze hypothese te onderzoeken, wordt het beeldgebruik onder de loep genomen. Eerst wordt het gemiddeld aantal vormelijke beeldcomponenten (voor alle duidelijkheid: dit zijn componenten mét beeld) per item bestudeerd. Vervolgens wordt de gemiddelde duur van het beeldgebruik per item aan een onderzoek onderworpen.

Een blik op tabel 2 betreffende het gemiddeld aantal vormelijke componenten met beeld per item, leert dat het gemiddeld gebruik van beeldcomponenten in een nieuwsitem doorheen de onderzochte periode is toegenomen. In week 1 kwam er gemiddeld 1.3 keer per item een component met beeld voor. Gedurende de hele onderzochte periode is dit gemiddeld aantal gestegen, tot het in week 7 zijn hoogtepunt bereikte, met zo 'n 2.6 vormelijke beeldcomponenten per item. Ook de

correlatiecoëfficiënt tussen beide variabelen (meer bepaald ‘het aantal keer per item dat er een vormelijke component met beeld is’ en ‘het nummer van de week’) wijst op deze trend. De correlatiecoëfficiënt bedraagt 0.234 en is significant, vermits de p-waarde 0.00 bedraagt. Deze correlatiecoëfficiënt wijst er op dat de correlatie tussen beide variabelen niet zo sterk is, maar wel aanwezig. Hoe recenter de onderzochte week, hoe meer beeldcomponenten per item.

Tabel 2: Gemiddeld aantal vormelijke componenten met beeld per nieuwsitem, per onderzochte geconstrueerde week, op de openbare omroep in Vlaanderen, uitgedrukt in absolute aantallen (totaal van 7 onderzochte weken = 49 onderzochte journaals)

Nummer van de week in de steekproef	Gemiddeld aantal vormcomponenten met beeld	N	Standaarddeviatie
Week 1	1.3012	83	1.11240
Week 2	1.6591	88	1.42140
Week 3	2.0313	96	1.50405
Week 4	2.3462	104	1.83689
Week 5	2.4569	116	2.03189
Week 6	2.6066	122	1.91366
Week 7	2.6203	187	1.90647
Totaal	2.2437	796	1.80521

Wat betreft de evolutie van de gemiddelde duur van het beeldgebruik per item, wordt tabel 3 bestudeerd.

Tabel 3: Gemiddelde totale duur per nieuwsitem wat betreft beeldgebruik, per onderzochte geconstrueerde week, op de openbare omroep in Vlaanderen, uitgedrukt in seconden (totaal van 7 onderzochte weken = 49 onderzochte journaals)

Nummer van de week in de steekproef	Gemiddelde duur per item qua beeldgebruik (seconden)	N	Standaarddeviatie
Week 1	84.48	83	94.00576
Week 2	84.93	88	78.46733
Week 3	99.18	96	65.50505
Week 4	112.9	104	80.13683
Week 5	99.61	116	77.17589
Week 6	107.6	122	73.79146
Week 7	89.94	187	66.23749
Totaal	97.06	796	75.78479

Betreffende de evolutie van de tijdsduur qua beeldgebruik, moet gesteld worden dat deze evolutie minder eenduidig is dan de evolutie van het gemiddeld aantal vormelijke beeldcomponenten per item. Er zit geen eenduidige lijn in de evolutie van de duur van het beeldgebruik. Wel is het zo dat in de twee eerste onderzochte weken

(eind jaren '80), de minste tijd besteed wordt aan beeldgebruik. Zowel in week 1 als in week 2 bedraagt de gemiddelde duur van het beeldgebruik per item iets minder dan 85 seconden. In week 3 stijgt dit gemiddelde tot 99 seconden. In week 4 wordt een hoogtepunt bereikt. Niet minder dan gemiddeld 113 seconden per item worden met beelden gevuld. In week 5 is er een lichte daling, die in week 6 gevolgd wordt door een lichte stijging. Opmerkelijk is dat in week 7 het beeldgebruik weer daalt, tot zo 'n 90 seconden per item. Dit is te verklaren door het feit dat het journaal na deze facelift langer duurt, en er meer korte items zijn (cf. supra), waardoor de gemiddelde duur van het beeldgebruik per item ook daalt.

Tot slot wordt hier kort de voornaamste conclusie betreffende deze hypothese geformuleerd. De hypothese wordt gedeeltelijk bevestigd door de data. Het absoluut aantal keer dat in één nieuwsitem gebruik wordt gemaakt van beelden, is toegenomen in de onderzochte periode. De data bevestigen echter niet dat ook de tijdsduur, die besteed wordt aan beelden, is toegenomen. Een mogelijke verklaring voor deze tendens werd reeds naar voor geschoven: de duur per item gedurende de onderzochte periode is gedaald, waardoor de tijd per item besteed aan beeld, ook niet gestegen is.

12. Bespreking hypothese 11: Stijging hoeveelheid rechtstreekse verslaggeving

De data bevestigen deze hypothese. In de eerste vier weken die onderzocht werden, komt er geen enkele keer een live-interventie voor in het journaal. Na de facelift van 1 april 1996 komt daar verandering in. De liveverslaggeving doet zijn intrede. Opgemerkt moet worden dat het mogelijk is dat in de periode vlak voor deze facelift, ook gebruik werd gemaakt van live-interventies, maar dat dit door eventuele toevalsfouten niet in de steekproef tot uiting komt. Toch kan een opmerkelijke trend vastgesteld worden: na 1 april 1996 wordt de rechtstreekse berichtgeving gevoelig opgedreven. Zo wordt er in week 5 vier keer gebruik gemaakt van de mogelijkheid tot rechtstreekse verslaggeving. Dit komt overeen met 3.4 procent van alle journaalitems in die week. In week 6 stijgt dit aantal naar 11, wat overeenstemt met 5.8 procent van alle items van alle journaals in deze geconstrueerde week. Na de facelift van 7 januari 2002 daalt dit absolute aantal - tegen de verwachting in -

lichtjes, tot 8 live-interventies in deze week. Dat is slechts 1.6 procent van alle items. Dit is een opmerkelijke vaststelling. Hieronder wordt, voor alle duidelijkheid, de tabel (tabel 4) weergegeven waarin deze evolutie tot uiting komt.

Tabel 4: Absoluut aantal keer dat liveverslaggeving voorkomt in één nieuwsitem, per onderzochte geconstrueerde week, op de openbare omroep in Vlaanderen, uitgedrukt in absolute aantallen (totaal van 7 onderzochte weken = 49 onderzochte journaals)

Nummer van de week in de steekproef	Aantal keer dat liveverslaggeving voorkomt in één item				Totaal aantal items
	0	1	2	3	
Week 1	83	0	0	0	83
Week 2	88	0	0	0	88
Week 3	96	0	0	0	96
Week 4	104	0	0	0	104
Week 5	112	4	0	0	116
Week 6	115	3	4	0	122
Week 7	184	0	1	2	187
Totaal	782	7	5	2	796

Hetzelfde beeld komt tot uiting wanneer ook rekening gehouden wordt met de duur van elk item afzonderlijk. Na deze weging blijkt dat in de vijfde onderzochte week 3.7 procent van de totale journaalduur in die week besteed wordt aan rechtstreekse berichtgeving. In week 6 bedraagt dit percentage 14 procent, en in week 7 slechts 4 procent.

Dat de liveverslaggeving niet opduikt in de eerste vier onderzochte weken, doet weinig wenkbrauwen fronsen. Dat vanaf dan liveverslaggeving wel de kop opsteekt, is ook geheel volgens de verwachting. Maar, zoals reeds gesteld, vertellen

de data dat er in week 7 (na de facelift van 7 januari 2002) slechts 8 keer een live-interventie opduikt. Dat is een bijzonder resultaat, omdat sinds de facelift in kwestie de VRT expliciet stelt meer gebruik te maken van rechtstreekse berichtgeving. Het valt zelfs de kijker zodanig op, dat hij redacties van kranten en tijdschriften - vooral vlak na lancering van het nieuwe journaal - overspoelt met lezersbrieven omtrent een overdaad aan live-interventies.

Een mogelijke verklaring van de resultaten die met het gevoerde onderzoek bekomen werden, is de volgende. Mogelijk is het zo dat er in de geconstrueerde week 7, een vertekening is opgetreden. Het is mogelijk dat de journalisten van dienst vonden dat de actualiteit in week 7 zich niet leende tot veel liveverslaggeving. Bij het samenstellen van een journaal is het zo dat zulke beslissingen continu genomen moeten worden. Mogelijk werd op de dagen die in de steekproef zijn opgenomen geopteerd voor weinig rechtstreekse interventies.

Een andere mogelijke verklaring zou kunnen zijn dat de stijging van de rechtstreekse berichtgeving een opgeklopt gegeven is, en het bijgevolg niet zo is dat de live-interventies een explosieve stijging hebben doorgemaakt, maar eerder in normale proportie zijn toegenomen.

Het is ook mogelijk dat de VRT, in reactie op de feedback van de nieuwskijkers die klaagden over een teveel aan liveberichtgeving, vrij snel overgeschakeld is op een minder grote hoeveelheid live-interventies. Dit zou betekenen dat er enkel vlak na de facelift van 7 januari 2002 een piek was wat betreft liveverslaggeving, maar dat die piek vrij snel verdwenen is tengevolge van de reacties van de nieuwskijkers.

Bovenstaande verklaringen zijn geen zekerheden, maar wijzen slechts op mogelijke interpretaties van de bekomen data. Het is ook niet onmogelijk dat een andere toevallig samengestelde geconstrueerde week tot een ander, minder dubbelzinnig beeld had geleid.

Tot slot wordt kort gewezen op de voornaamste bevindingen in het kader van deze hypothese. De hypothese dat de rechtstreekse verslaggeving is toegenomen, wordt bevestigd door de data. Sinds 1 april 1996 duikt rechtstreekse berichtgeving op in het journaal van de openbare omroep in Vlaanderen. Er moet wel met enige voorzichtigheid omgesprongen worden met de mate waarin de live-interventies zijn toegenomen. De data bieden meer bepaald geen steun aan de verwachting dat, na de

facelift van 7 januari 2002, de rechtstreekse berichtgeving nóg een extra impuls heeft gekregen.

13. Bespreking hypothese 12: Mannelijke dominantie niet gedaald

Deze hypothese verwacht dat de hoeveelheid mannelijke actoren (bij het gevoerde onderzoek worden enkel de main actors in beschouwing genomen, vermits zij de belangrijkste rol vervullen in een nieuwsbericht), gedurende de onderzochte periode, niet gedaald is. Ook wat betreft de nieuwsreporters die in beeld komen bij een nieuwsitem, stelt deze hypothese dat de mannen nog steeds de plak zwaaien. Aan de hand van de data wordt deze hypothese getest. Vooreerst wordt dieper ingegaan op het geslacht van de main actor. Daarna wordt het geslacht van de nieuwsreporter bestudeerd. Ten slotte wordt een algemene conclusie geformuleerd.

Wat betreft het geslacht van de main actor, moet gesteld worden dat er een significant verband is tussen geslacht en nummer van de week in de steekproef. Met andere woorden, het geslacht van de main actor hangt samen met de periode van de journaaluitzending. Wat betreft het aantal keren dat een mannelijke main actor opduikt in een nieuwsbericht, bieden de data steun aan de hypothese. Het percentage mannelijke main actors dat per onderzochte week aan bod komt, is systematisch toegenomen. De toename is niet spectaculair - van 61.4 procent in week 1 naar 73.3 procent in week 7, met een uitschieter van 87.5 procent in week 4 -, maar dat heeft mogelijk volgende oorzaak. Aangezien het percentage mannelijke main actors in week 1 reeds aanzienlijk hoog is (maar liefst 61.4 procent van de main actors in week 1 is van het mannelijke geslacht), lijkt de stijging doorheen de onderzochte periode slechts matig. Er mag echter niet uit het oog verloren worden dat, zoals gesteld, het percentage reeds hoog was. In vergelijking met zijn vrouwelijke collega-main actor, is de man heer en meester in de berichtgeving. Tot en met week 5 hebben vrouwelijke main actors weinig tot niets te zeggen in de nieuwsberichtgeving op de openbare omroep in Vlaanderen. Hun aanwezigheidspercentage stijgt nooit boven 8 procent. Ná week 5 komt hier wel verandering in, ofschoon slechts in beperkte mate. In week 6 stijgt het percentage vrouwelijke main actors in het nieuws tot 11.5 procent. Dit wil zeggen dat in 11.5 procent van alle items in week 6 een vrouwelijke

main actor opduikt. Maar na de facelift van 7 januari 2002 zakt dit percentage opnieuw weg tot 8 procent. Hierbij moet opgemerkt worden dat bovenstaande bespreking gebaseerd is op een analyse zonder tijdsweging. Wanneer echter een weging via de duur van elk nieuwsitem wordt doorgevoerd, kan gesteld worden dat ook dan een significant verband tussen geslacht en nummer van de week aanwezig blijft.

Uit de literatuurstudie blijkt ook dat de ongelijkheid tussen mannelijke en vrouwelijke main actors nog groter is wanneer de main actor een expert is inzake het onderwerp dat behandeld wordt in het nieuwsitem. Bij de analyse van de journaals werd daarom telkens de functie nagegaan van de main actor. Zo kon bij de verwerking van de gegevens nagegaan worden of het ging om een expert of niet. Gekoppeld aan het geslacht van de main actor wordt het aldus mogelijk te kijken of het inderdaad zo is dat de geslachtskloof groter is bij experts, in vergelijking met gewone main actors. Uit de resultaten blijkt dat er inderdaad veel meer mannelijke dan vrouwelijke experts aan bod komen in de journaalberichtgeving. Maar het is niet zo dat de kloof man-vrouw bij de experts groter is dan bij de niet-experts. Integendeel, de percentages liggen zelfs een beetje lager. In week 1 is 54.2 procent van de experts in alle journaalitems van de week van het mannelijke geslacht. Dit percentage stijgt tot 57.8 procent in week 7, en kent in week 4 een piek van 72.1 procent. In vergelijking met de percentages mannelijke main actors, wanneer geen rekening gehouden wordt met het al dan niet expert zijn, liggen deze percentages dus iets lager. De stelling dat de man-vrouw-ongelijkheid groter wordt indien de main actor een expertfunctie heeft, wordt dus niet bevestigd door de data.

Vervolgens wordt het geslacht van de nieuwsreporter onder de loep genomen. Hierbij moet opgemerkt worden dat het hier alleen gaat om nieuwsreporters die expliciet in beeld komen bij een nieuwsitem (uitgezonderd de nieuwslezer of anker). Ook hier is een duidelijke trend zichtbaar. Een blik op tabel 5 leert dat het aantal mannelijke reporters die in beeld komen tijdens het journaal, is toegenomen doorheen de onderzochte periode. In week 1 komt slechts eenmaal een mannelijke reporter in beeld (dit komt overeen met 1.2 procent van het totaal aantal items), vanaf week 5 stijgt dit aantal tot 8. Dat komt overeen met ongeveer 7 procent van de nieuwsitems. Dit betekent ook dat gemiddeld één mannelijke reporter per dag in beeld komt. Wat betreft de aanwezigheid van vrouwelijke nieuwsreporters, moet gesteld worden dat zij slechts in beperkte mate op het televisiescherm verschijnen

tijdens het journaal. Tot en met week 3 is er zelfs helemaal geen sprake van vrouwelijke nieuwsreporters die hun bijdrage leveren op het scherm. In week 4 en 6 komt er telkens één vrouw aan bod. Niet meer dan 1 procent van alle nieuwsitems heeft een vrouwelijke reporter. Na de facelift van 7 januari 2002 komt in deze ondergeschikte positie een beetje verandering. Het percentage items met een vrouwelijke nieuwsreporter stijgt tot 2.7 procent. Dat komt overeen met maar liefst 5 vrouwelijke nieuwsreporters die in week 7 hun ding mogen doen. Dit is nog altijd minder in vergelijking met hun mannelijke collegae, maar er is dus toch enige beterschap merkbaar.

Tabel 5: Absoluut aantal mannelijke en vrouwelijke nieuwsreporters per onderzochte geconstrueerde week, op de openbare omroep in Vlaanderen (totaal van 7 onderzochte weken = 49 onderzochte journaals)

Nummer van de week in de steekproef	Aantal mannelijke en vrouwelijke nieuwsreporters per geconstrueerde week			Totaal aantal items per week
	Man	Vrouw	Niet van toepassing	
Week 1	1	0	82	83
Week 2	2	0	86	88
Week 3	2	0	94	96
Week 4	5	1	98	104
Week 5	8	0	108	116
Week 6	8	1	113	122
Week 7	8	5	174	187
Totaal	34	7	755	796

Wanneer ook rekening gehouden wordt met een tijdsweging, zoals zichtbaar in tabel 6, komt een zelfde tendens tot uiting. De tijd die zowel mannelijke als vrouwelijke nieuwsreporters ter beschikking krijgen om in beeld een nieuwsitem toe te lichten, stijgt. Dat is evident, vermits hierboven vastgesteld werd dat ook het aantal keer dat mannen en vrouwen in beeld komen, gestegen is. Ook het percentage van de totale tijdsduur dat besteed wordt aan verslaggeving door een mannelijke nieuwsreporter, stijgt doorheen de tijd, ofschoon er in week 2 en week 7 een lichte daling is.

Tabel 6: Absolute en relatieve duur van het optreden van mannelijke en vrouwelijke nieuwsreporters per onderzochte geconstrueerde week, uitgedrukt in seconden, op de openbare omroep in Vlaanderen (totaal van 7 onderzochte weken = 49 onderzochte journaals)

Nummer van de week in de steekproef	Absolute en relatieve duur van het optreden van de nieuwsreporter (seconden)			Totaal aantal seconden
	Man	Vrouw	Niet van toepassing	
Week 1	232	0	7921	8153
	2.8%	0%	97.2%	
Week 2	374	0	8212	8586
	4.4%	0%	94.2%	
Week 3	238	0	9511	9749
	2.5%	0%	97.5%	
Week 4	701	213	9868	10782
	6.6%	2.0%	91.4%	
Week 5	913	0	9873	10786
	8.5%	0%	91.5%	
Week 6	1913	181	10405	12499
	15.3%	1.4%	83.2%	
Week 7	1562	666	13938	16166
	9.7%	4.1%	86.2%	

Tot slot wordt hier een algemene conclusie betreffende deze hypothese vermeld. Het testen van deze hypothese heeft geleid tot het aanvaarden ervan. De data laten niet toe de hypothese te verwerpen. Hoezeer in de jaren '90 ook - op vele gebieden - gestreefd is naar een meer geëmancipeerde samenleving, toch moet gesteld worden dat deze tendens nog niet erg is doorgedrongen binnen de nieuwsberichtgeving op de openbare omroep in Vlaanderen.

14. Bespreking hypothese 13: Eenvoudiger taalgebruik

Wat betreft deze hypothese, moet gesteld worden dat er geen duidelijke trend is in de richting van eenvoudiger taalgebruik. Deze hypothese wordt, zoals hierboven uiteengezet, onderzocht aan de hand van de Flesch Reading Ease Score. Deze score wordt berekend met behulp van het tekstverwerkingsprogramma Word. Zoals ook hierboven vermeld, worden per onderzochte week telkens de eerste vijf minuten van een willekeurig journaal onderworpen aan de Fleschformule. Om een duidelijk inzicht te krijgen in deze opeenvolgende scores, worden ze hier achtereenvolgens vermeld, beginnend bij week 1 en eindigend bij week 7. Achter elke score wordt de moeilijkheidsgraad geschreven, zoals die afgelezen kan worden op de Flesch-schaal.

- Flesch Reading Ease Score week 1: 32 (=> moeilijk)
- Flesch Reading Ease Score week 2: 24 (=> moeilijk)
- Flesch Reading Ease Score week 3: 47 (=> redelijk moeilijk)
- Flesch Reading Ease Score week 4: 39 (=> moeilijk)
- Flesch Reading Ease Score week 5: 48 (=> redelijk moeilijk)
- Flesch Reading Ease Score week 6: 48 (=> redelijk moeilijk)
- Flesch Reading Ease Score week 7: 35 (=> moeilijk)

Hier kan worden vastgesteld dat doorheen de tijd het journaal qua leesbaarheid fluctueert van redelijk moeilijk tot moeilijk. Maar het is niet zo dat, zoals vaak gehoord, het journaal doorheen de tijd per definitie gemakkelijker is geworden wat betreft taalgebruik en zinsconstructies. Hier moet wel opgemerkt worden dat dit onderzoek van de eerste vijf minuten van zeven journaals slechts zeer beperkt is, en moeilijk veralgemeenbaar. Er kan enkel uit afgeleid worden dat voor deze zeven onderzochte journaals de algemeen verspreide opvatting (namelijk: ‘het journaal is eenvoudiger geworden qua taalgebruik’) niet opgaat. Daarmee kan natuurlijk niet gesteld worden dat dit geldt voor de hele onderzochte periode, vermits de representativiteit van deze zeven journaals beperkt is. Maar het is mogelijk wel richtingaanwijzend.

15. Bespreking van de evolutie van de kijkcijfers van het journaal

Vooraf moet gesteld worden dat de gegevens in verband met de kijkcijfers verkregen werden bij de VRT-studiedienst. Voor elk journaal vanaf week 3 werd het gemiddeld aantal kijkers en het marktaandeel van de uitzending door de VRT ter beschikking gesteld. Voor week 1 en week 2 kon de VRT-studiedienst geen cijfers geven. Vervolgens werden per geconstrueerde week het gemiddeld kijkcijfer en het gemiddeld marktaandeel berekend. Deze gegevens worden bij de bespreking die hieronder volgt, gebruikt.

Wat betreft het gemiddeld kijkcijfer per geconstrueerde week, moet gesteld worden dat de verschillen tussen de weken niet spectaculair zijn. Het gemiddeld aantal kijkcijfers in de onderzochte periode bereikt een minimum in week 6 met gemiddeld zo'n 557749 kijkers. Week 4 daarentegen heeft het grootste aantal kijkers in de onderzochte periode, met een gemiddeld kijkcijfer van 727004. De kijkcijfers van de andere onderzochte weken schommelen daartussen. Tabel 7 geeft een overzicht van de gegevens.

Tabel 7: Gemiddelde kijkcijfers in absolute aantallen, per onderzochte geconstrueerde week, van het journaal van de openbare omroep in Vlaanderen

Nummer van de week in de steekproef	Gemiddeld kijkcijfer (absoluut aantal)
Week 3	639312.50
Week 4	727004.81
Week 5	676739.66
Week 6	557749.18
Week 7	647883.42

Opmerking: Gemiddeld kijkcijfer van week 1 en week 2 is niet weergegeven, vermits de kijkcijfers van deze weken niet beschikbaar zijn (cf. supra).

Ook wanneer gekeken wordt naar het gemiddeld marktaandeel per geconstrueerde week, moet gesteld worden dat dezelfde vaststelling gedaan kan worden. Het is namelijk zo dat ook het gemiddeld marktaandeel van het journaal, doorheen de onderzochte periode, niet zo fel schommelt. Ook hier schiet week 4 de hoofdvogel af, met een marktaandeel van 37.2 procent. Daarentegen bedraagt het marktaandeel in week 6 slechts 30.3 procent. Dat is het laagste aandeel wanneer alle onderzochte

weken bekeken worden. Tabel 8 bevat een overzicht van de verschillende opeenvolgende marktaandeelen van het journaal.

Tabel 8: Gemiddeld marktaandeel, per onderzochte geconstrueerde week, van het journaal van de openbare omroep in Vlaanderen

Nummer van de week in de steekproef	Gemiddeld marktaandeel (procent)	N	Standaarddeviatie
Week 3	36.072	96	5.8493
Week 4	37.236	104	4.3168
Week 5	35.991	116	2.6343
Week 6	30.323	122	1.9551
Week 7	37.029	187	1.7673

Opmerking: Gemiddeld kijkcijfer van week 1 en week 2 is niet weergegeven, vermits de kijkcijfers van deze weken niet beschikbaar zijn (cf. supra).

Betreffende de evolutie van de kijkcijfers, is er dus één opvallende vaststelling te maken. Het betreft het lage kijkcijferaandeel van het journaal van de Vlaamse openbare omroep in week 6. Alle weken vóór week 6 hebben, wat betreft het journaal, een gemiddeld marktaandeel dat telkens boven 35 procent ligt. In week 6 daalt dit tot 30 procent. Het journaal van de openbare omroep in Vlaanderen scoort op dat moment blijkbaar niet zo goed. De commerciële concurrent doet het op dat moment beter. Eind 2001 bereikt het VTM-nieuws gemiddeld 43.6 procent (= 852.000 kijkers) van de televisiekijkers, terwijl de VRT zakt tot ongeveer 30 procent (Demasure, 01.01.2002, p.3). In week 7 daarentegen stijgt het marktaandeel van het VRT-journaal weer tot 37 procent. Hierbij moet opgemerkt worden dat week 7 zich situeert ná de facelift van 7 januari 2002. Dit betekent dat deze facelift niet zonder effect gebleven is. De metamorfose die het journaal begin 2002 ondergaat, brengt het VRT-nieuws langzaam maar zeker weer in poleposition. Eind 2002 gaapt er tussen het VRT-journaal en het VTM-nieuws van 19 uur nog slechts een kloof van 3.6 procent. Vóór het nieuwsproject van 7 januari 2002 bedraagt die kloof meer dan 8.8 procent (Vanderhaegen, 27.12.2002, p. 29). In maart 2003 is het zover: voor het eerst strikt het VRT-journaal terug meer kijkers dan de commerciële concurrent uit Vilvoorde. Eind mei 2003 bereikt de kloof tussen het VTM-nieuws en het VRT-journaal een hoogtepunt. De openbare omroep haalt om 19 uur gemiddeld zo'n kwart

miljoen kijkers meer dan de concurrentie (Vanderhaegen, 31.05.2003, p. 1). Het VTM-nieuws verzeilt in een diep dal. Begin februari 2004 trekt VTM echter in de tegenaanval, en lanceert een gloednieuw journaal. Vanaf dan wordt het journaal gepresenteerd door één anker vanuit een fonkelnieuw decor. Het paradepaardje is de nieuwe videomuur, een primeur in Europa (Vanderhaegen, 12.01.2004, p. 17). Ook Stef Wauters maakt zijn intrede in het VTM-nieuws. Maar de VRT blijft niet bij de pakken zitten. Ook daar wordt eind januari 2004 gesleuteld aan het decor, zij het slechts een klein beetje. De ankers krijgen een ruimere tafel, waar meer plaats is om gasten te interviewen. Wat ook nieuw is, is dat in de helft van het journaal de hoofdpunten herhaald worden én aangekondigd wordt wat er nog zal volgen.

Voorlopig blijft VTM echter achterop hinken wat betreft de journaalkijkcijfers. Het vernieuwde VTM-nieuws slaagt er vooralsnog niet in het VRT-journaal te overtroeven. “Geen probleem, het wordt een werk van lange adem. Pas aan het einde van dit jaar verwachten we een stijging van de kijkcijfers. Bij TV1 heeft het ook een jaar geduurd vooraleer de vernieuwde aanpak vruchten afwierp”, menen ze in Vilvoorde (Vanderhaegen, 06.03.2004, p. 18). Deze evolutie valt echter buiten het tijdsbestek van deze verhandeling.

16. Besluit

Aan de hand van de onderzoeksresultaten van het gevoerde onderzoek werden de verschillende hypothesen getest. Bondig samengevat komen de resultaten hier op neer.

Doorheen de onderzochte periode neemt de hoeveelheid Vlaams én binnenlands nieuws toe. Ook komt er een gevarieerder aanbod wat betreft Belgische politieke partijen. Een stijging van het beeldgebruik (aantal vormelijke beeldcomponenten per item) en een stijging van het aantal live-interventies vervolledigen het rijtje stijgingen die zich uitstrekken over de hele periode. Daarentegen is het negatief getint nieuws niet toegenomen gedurende de onderzochte periode. Ook aan de mannelijke dominantie in het journaal, is nog geen einde gekomen.

Sinds midden jaren '90 neemt ook de hoeveelheid misdaadnieuws en de oppervlakkigheid van de berichtgeving toe. Sinds de facelift van 7 januari 2002 is er ook een opmerkelijke stijging qua soft news. Aan politiek nieuws wordt sindsdien minder aandacht geschonken. Wat er vanaf dan ook verandert, is de ankerpresentatie.

Algemeen besluit

Uit de literatuurstudie, waarmee deze verhandeling werd begonnen, blijkt dat sinds de jaren '80 commercialisering ook in het televisiejournaal zijn intrede heeft gedaan. Ook blijkt dat vele openbare omroepen hierop reageren door hun politieke berichtgeving in een ander kleedje te stoppen. Meer binnenlands nieuws, meer soft news, meer misdaadnieuws, eenvoudiger taalgebruik en vormelijke metamorfoses zijn andere reacties op de commerciële concurrentie.

De hamvraag van deze verhandeling is echter of het journaal op de openbare omroep in Vlaanderen sinds 1987 een evolutie heeft ondergaan. Het gevoerde onderzoek heeft aangetoond dat het antwoord op deze vraag niet zomaar eenduidig te formuleren is. Er kan natuurlijk eenvoudigweg gesteld worden dat het journaal op de Vlaamse openbare omroep inderdaad geëvolueerd is. Dat is echter een te vage conclusie, en bijgevolg weinigzeggend voor de lezer die in dit algemeen besluit de centrale tendensen van deze verhandeling wenst te vinden. Daarom worden hieronder de belangrijkste evoluties met hun verklaringen op een rij gezet. Alvorens dit te doen, worden voor alle duidelijkheid eerst de hypothesen, die het vertrekpunt van het onderzoek vormen, herhaald. Er moet een onderscheid gemaakt worden tussen de hypothesen omtrent inhoudelijke journaalveranderingen, en deze omtrent vormelijke journaalveranderingen. De hypothesen omtrent de inhoudelijke veranderingen verwachten een stijging van de hoeveelheid soft news, een daling van de hoeveelheid politieke berichtgeving, een stijging van de binnenlandse berichtgeving, een stijging van de hoeveelheid misdaadnieuws, een toename van de Vlaamse nieuwsberichtgeving, een toename van de oppervlakkigheid, een toename van de negatieve berichtgeving én een gevarieerder aanbod wat betreft Belgische politieke partijen. Wat betreft de hypothesen omtrent vormelijke veranderingen, moet gesteld worden dat dit de volgende zijn: dubbele ankerpresentatie, stijging van het gebruik van beelden, stijging van de hoeveelheid rechtstreekse verslaggeving, blijvende mannelijke dominantie én eenvoudiger taalgebruik.

Aan de hand van het gevoerde onderzoek wordt elke hypothese getoetst. Hier wordt begonnen met de hypothese omtrent binnenlands nieuws. Het journaal van de Vlaamse openbare omroep bevat sinds 1987 meer Vlaamse en ook meer binnenlandse nieuwsitems. De komst van VTM in februari 1989 zit daar voor één en ander tussen. De eerste Vlaamse commerciële zender besteedt vanaf het prille begin

veel aandacht aan nieuws dat dicht bij de mensen staat. De openbare omroep reageert, en past zijn aanbod binnenlands en Vlaams nieuws aan.

Hoe zit het met de politieke nieuwsberichtgeving? Hieromtrent moet gesteld worden dat in de loop der jaren een gevarieerder aanbod aan politieke partijen aan de kijker wordt voorgeschoteld. Sinds de facelift van 7 januari 2002 is de aandacht die besteed wordt aan politiek duidelijk gedaald. De stijging van de hoeveelheid soft news na deze facelift is daar niet vreemd aan. Soft news eist vanaf dan een belangrijke plaats op in het journaal, wat ten koste gaat van andere nieuwsberichtgeving.

Meteen kan overgegaan worden naar de evolutie van de hoeveelheid soft news sinds 1987. De opmerkelijke tendens hierbij is, zoals hierboven gesteld, dat sinds de facelift van 7 januari 2002 de hoeveelheid soft news het felst is toegenomen. Een mogelijke verklaring hiervoor is dat het journaal van de VRT in die periode in een dip zat. De VRT is er met het aanbieden van meer soft news uiteindelijk ook in geslaagd opnieuw marktleider te worden wat betreft het journaal.

Gedurende de onderzochte periode zijn ook het aantal vormelijke beeldcomponenten en het aantal live-interventies gestegen. De evolutie die de technologische middelen hebben ondergaan sinds de jaren '80 is daar natuurlijk niet vreemd aan. Het doorzenden van beeldmateriaal vanwaar ook ter wereld wordt, dankzij allerlei satellietverbindingen én het internet, een fluitje van een cent. Ook de totstandbrenging van liveverbindingen met reporters ter plaatse wordt doorheen de jaren op eenvoudige wijze mogelijk.

Wat betreft het negatief nieuws (definitie: cf. supra) moet gesteld worden dat dit niet is toegenomen. Wanneer echter specifiek gefocust wordt op de hoeveelheid misdaadnieuws, kan gesteld worden dat die wel is toegenomen, en dit vooral sinds de facelift van 1996. Dit hangt mogelijk samen, zoals reeds vermeld, met het uitbarsten van de zaak Dutroux in de zomer van '96.

Ook wordt de hoeveelheid oppervlakkig nieuws aan een onderzoek onderworpen. Hierbij komt naar voor dat de oppervlakkige nieuwsberichtgeving sinds de jaren '90 zijn intrede heeft gedaan. Een mogelijke verklaring die hierbij naar voor geschoven kan worden, is de kortere stijl waarmee nieuwsitems behandeld worden in het commerciële landschap. Er worden meer items aangeboden, en er is geen tijd om diep in te gaan op elk van die items. Dan zou het journaal ten slotte uren kunnen duren... Maar die kortere stijl zorgt er natuurlijk voor dat duiding en

achtergrondinformatie op een laag pitje belanden. Wat de oppervlakkigheid van de berichtgeving dan weer doet stijgen.

Ten slotte wordt ook de mannelijke dominantie in het journaal onderzocht. En wat blijkt? De vrouwelijke emancipatie wat betreft het journaal van de openbare omroep in Vlaanderen is niet bijzonder groot. Er blijkt dus op dit gebied nog wat werk aan de winkel.

Ter afronding moet nog gesteld worden dat de journaalfacelift van 2002 zeer effectief is geweest. Deze facelift slaagt er in de commerciële concurrentie in de verdediging te duwen. De VRT is weer de marktleider van weleer. Begin februari 2004 zet VTM echter zwaar geschut in om de dominantie van het VRT-journaal te doorbreken. De VRT heeft echter al eind januari 2004 een journaal-restyling doorgevoerd. Tot nu toe wijzen de kijkcijfers echter niet op een verbetering van de positie van VTM. Het zou interessant zijn om in de toekomst te onderzoeken hoe deze metamorfose van het VTM-journaal het VRT-journaal beïnvloed heeft (en omgekeerd...). De toekomst zal moeten uitwijzen of de VRT marktleider kan blijven op journalistiek gebied. Of zal Stef Wauters er uiteindelijk toch in slagen de kijker voor zich te winnen en zo VTM uit het dal te helpen?

Er blijven dus nog een aantal vragen open. Een vervolghesis over de verdere evolutie vanaf 2004 is dan ook een absolute aanrader. Journaals zijn nu eenmaal voortdurend in evolutie. En ook het journaal van de openbare omroep in Vlaanderen ontsnapt - zoals gebleken is - niet aan dit fenomeen.

Referenties

- Achille, Y. & Miège B. (1994). Limits of the adaptation strategies of European public service television. *Media, Culture & Society*, 16, pp. 31-46.
- Anthierens, J. (1965). *Tien jaar Vlaamse televisie*. Hasselt: Heidelberg.
- Beheersovereenkomst tussen de VRT en de Vlaamse Gemeenschap 2002-2006*. (2001). Brussel: Ministerie van de Vlaamse Gemeenschap Departement Media.
- Berelson, B. (1971). *Content analysis in communication research*. New York: Hafner.
- Blumler, J. & Hoffmann-Riem, W. (1992). New roles for public television in Western Europe: challenges and prospects. *Journal of Communication*, 42 (1), pp. 20-36.
- Boone, L. (1966). *De sociaal-politieke betekenis van de radioberichtgeving. Een vergelijkende studie naar herkomst, inhoud en vorm van de informatie van BRT, RTB en buitenlandse omroepen*. Mechelen: Sinfra.
- Boyd, A. (1988). *Broadcast Journalism*. Londen: Heinemann Professional Publishing.
- Brants, K. (1998). Who's afraid of infotainment. *Journal of Communication*, 13 (3), pp. 315-335.
- Burgelman, J-C. (1990). *Omroep en politiek in België*. Brussel: BRT-dienst Pers en Publikaties.
- Cann, D. (2001). Journalist and source gender in Australian television news. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 45 (1), pp. 162-175.
- Casagrande, L. (26.08.1997). VTM serveert snelle hap als ontbijt: "Wij willen radio wegdrummen". *Het Belang van Limburg*, p. 31.
- Claerhout, P. (18.09.1997). "We zijn er allemaal van overtuigd dat het efficiënter kan." *De Financieel Economische Tijd*, p. 4.
- Claessens, P. (1999). *De verstaanbaarheid van het Vlaamse televisiejournaal, literatuurstudie en analytisch onderzoek van VRT en VTM* [licentiaatsthesis]. Leuven: Katholieke Universiteit Leuven.
- Copin, L. & Remysen, W. (2000). *Interview met Bavo Claes*. Leuven: Romania [20.11.03, Pyro: <http://www.rom.student.kuleuven.ac.be/pyro/archief/bavo.html>].

- Daem, P. (1995). *Beeldgebruik bij televisienieuws. Literatuurstudie en inhoudsanalytische vergelijking tussen VTM, BRTN en NOS*. [Licentiaatsthesis]. Leuven: Katholieke Universiteit Leuven.
- Debecker, M. (2003). *Actuele positie van de nieuwsdiensten en inhoudsanalytische vergelijking van het avondjournaal op TV1 en VTM*. [Licentiaatsthesis]. Leuven: Katholieke Universiteit Leuven.
- De Bens, E. (1991). Flanders in the spell of commercial television. *Journal of Communication*, 6 (2), pp. 235-244.
- Decoster, B. (1998). *De herprofilering van de VRT (BRTN) tv-netten (TV1, Canvas en Ketnet)* [Licentiaatsthesis]. Leuven: Katholieke Universiteit Leuven.
- Decreet Vlaams Parlement van 21 december 1995 tot wijziging van sommige bepalingen van Titel I en Titel II. (12.01.1996). *Belgisch Staatsblad*, p. 694.
- Demasure, K. (02.01.2002). 'Geen leraars achter lessenaars meer'. *De Morgen*, p. 3.
- Denorme, A., Van Den Hoof, T., & Perceval, P. (1991). Nieuwsproductie na de komst van VTM: een pretfabriek? In H. Verstraeten & P. Perceval (Reds.), *Media & Maatschappij* (pp. 11-33). Brussel: Vrije Universiteit Brussel.
- Fang, I. (1968). *Television News: writing, editing, filming, broadcasting*. New York: Hastings House Publishers.
- Flesch, R. (1951). *How to test readability*. New York: Harper & Brothers.
- Fouquaet, H. (1995). *Samenstelling van de TV-nieuwsuitzendingen van de BRTN. Casestudy: Het BRTN halfachtjournaal en 'Vandaag'* [licentiaatsthesis]. Leuven: Katholieke Universiteit Leuven.
- Fox, R. & Van Sickel, R. (2001). *Tabloid Justice. Criminal Justice in an age of media frenzy*. Londen: Lynne Rienner Publishers.
- Franklin, B. (1997). *Newszak and newsmedia*. Londen: Arnold.
- Goodwin, A. (1990). TV-news: striking the right balance. In A. Goodwin & G. Wannel (Reds.), *Understanding television* (pp. 42-59). Londen: Routledge.
- Goossens, C. (1998). *Radio en televisie in Vlaanderen: een geschiedenis*. Leuven: Davidsfonds.
- Jacobs, R. (1996). Producing the news, producing the crisis: narrativity, television and newswork. *Media, Culture & Society* 18, pp. 373-394.
- Langer, J. (1998). *Tabloid television: popular journalism and the other news*. Londen: Routledge.

- Lemmens, H. (1988). *Nieuwsberichtgeving op de Vlaamse (BRT) en Nederlandse (NOS) televisie. Een inhoudsanalytische vergelijking* [licentiaatsthesis]. Leuven: Katholieke Universiteit Leuven.
- Peeters, S. (2002). *Buitenlandse journaalberichtgeving bij het VRT-journaal* [licentiaatsthesis]. Leuven : Katholieke Universiteit Leuven.
- Pfetsch, B. (1996). Coverage through privatization. *European Journal of Communication, 11* (4), pp. 427-450.
- Scott, D. & Gobetz, R. (1992). Hard news/soft news content of the national broadcast networks. *Journalism Quarterly, 69* (2), pp. 406-412.
- Stempel, G. (1952). Sample size for classifying subject matter in dialies. *Journalism Quarterly, 29* (3), p. 333.
- Stevenson, R. & Shaw, D. (1984). *Foreign news and the new world information order*. Ames: The Iowa State University Press.
- Tuggle, C. & Huffman, S. (2001). Live reporting in television news: breaking news or black holes?. *Journal of Broadcasting & Electronic Media, 45* (2), pp. 335-344.
- Uyttenbroeck, A. (1990). *Het televisienieuws op BRT en VTM. Een inhoudsanalytische vergelijking* [licentiaatsthesis]. Leuven: Katholieke Universiteit Leuven.
- Vandebosch, H. (2001). *Ontwikkeling, structuur en organisatie van de media: audiovisuele media*. Leuven: Katholieke Universiteit Leuven.
- Vandenbergh, D. (08.01.2002). Nieuwsstrijd op en achter het scherm. *De Financieel Economische Tijd*, p. 2.
- Van den Broeck, W. (z.d.). *Fansite van VRT nieuws*. [08.10.03, Van den Broeck: <http://users.pandora.be/vrtnieuws/home.htm>].
- Van den Bulck, H. (2000). *De rol van de publieke oproep in het project van de moderniteit. Een analyse van de bijdrage van de Vlaamse publieke televisie tot de creatie van een nationale cultuur en identiteit (1953-1973)* [Doctoraatsthesis]. Leuven: Katholieke Universiteit Leuven.
- Van den Bulck, J. (2000). *Communicatiewetenschap*. Leuven: Acco.
- Vanderhaegen, K. (27.12.2002). VRT opnieuw sterkste zender sinds de komst van VTM. *De Morgen*, p. 29.
- Vanderhaegen, K. (31.05.2003). Nieuws baart VTM grote zorgen. *De Standaard*, p. 1.

- Vanderhaegen, K. (12.01.2004). Ook VRT-journaal opgesmukt. *Het Nieuwsblad*, p. 17.
- Vanderhaegen, K. (06.03.2004). VTM doolt door de woestijn. *De Standaard*, p. 18.
- Vandijck, J. (27.03.1996). Nieuws in nieuw kleedje. *Het Belang van Limburg*, p. 38.
- Van Dijk, T. (1988). *News as discourse*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Van Gompel, R. & Plees, Y. (1995). *Belga onderzoeksrapport*. Leuven: Katholieke Universiteit Leuven, Departement Communicatiewetenschap.
- Vanheusden, K. (30.08.1997). Nieuws om voor te vechten. *Gazet van Antwerpen*, p. 1.
- Van Poecke, L. (2003). *De analyse van journalistieke en reclameteksten: collegenota's*. Leuven: Departement Communicatiewetenschap.
- Van Poecke, L. (1976). *Het trouweloze medium: een onderzoek naar de correctieve retoriek van het leesbaarheidsonderzoek*. Leuven: Centrum voor Communicatiewetenschappen.
- Van Poecke, L. (1993). Mediacultuur en identiteitsconstructie in het licht van de Postmoderne Zwakke Classificatie en Framing. Deel 2: Van Paleo- naar Neotelevisie. *Communicatie*, 23 (3), p. 1-27.
- Verhoeven, K. (05.01.2002). Nieuwsanalyse. *De Standaard*, p. 15.
- Vlaamse Radio- en Televisieomroep*. (z.d.). Brussel: VRT. [09.03.03, VRT: <http://www.vrt.be>].
- Wester, F. (1995). Inhoudsanalyse als systematisch-kwantificerende werkwijze. In H. Hüttner, K. Renckstorf & F. Wester (Reds.), *Onderzoekstypen in de communicatiewetenschap* (pp. 134-162). Houten/Diegem: Bohn Stafleu Van Loghum.

Bijlage 1. Voorbeeld van een codeerschema

Bijlage 2. Codeboek

Bijlage 1. Voorbeeld van een codeerschema

DATUM JOURNAAL: week 1, maandag 16 februari 1987 (Johan Ral, 19.45 u)

V 1: Rang- schik- king van het nieuws- bericht	V 2: Inhoud	V 3: Vorm	V 4: Plaats van de vorm- categorie	V 5: Kleur	V 6: Geogra- fische rubrieks- categorie	V 7: Belichte Bel- gische politieke partijen	V 8: Geslach t van de nieuws- reporter	V 9: Geslacht van de main actor	V 10: Functie van de main actor	V 11: Duur	V 12: Kijk- cijfers
1	1	1 12 (3- 2-10-8)	1 2 3 4 5	1	2	12	9	1	2	26'' 1'40'' 21'' 13'' 2'20''	niet beschik- baar voor 1987
2	1	2	1	1	2	9,13,2	9	9	23	49''	
3	1	1 3	1 2	1	3	15	9	9	33	27'' 1'39''	
4	5	1 3	1 2	1	3	15	9	1	2	59'' 2'23''	
5	5	1 12(3- 8-3)	1 2 3 4	1	3,4	15	9	1	4	33'' 42'' 11'' 14''	
6	5	1	1	2	3	15	9	2	16	29''	

		8	2							31''	
7	4	1 3 8	1 2 3	2	5	15	9	1	17	20'' 1'16'' 32''	
8	4	1 3	1 2	2	3	15	9	1	2	18'' 55''	
9	15	1 12 (3- 8-3)	1 2 3 4	1	2	15	9	1	12	12'' 32'' 4'' 44''	
10	13 (voetbal)	1 10	1 2	1	2	15	9	1	3	4'' 28''	
11	14	1 3	1 2	1	2	15	9	3	22	10'' 31''	

Bijlage 2. Codeboek

Variabele 1: Rangschikking van het nieuwsbericht

Categorie	Code
Plaats nummer 1	1
Plaats nummer 2	2
Plaats nummer 3	3
Plaats nummer x	x

Variabele 2: Inhoud

Categorie	Code
Economische en financiële berichtgeving	1
Godsdienst en religie	2
Rampen en ongevallen	3
Misdaad en gerechtelijk nieuws	4
Politiek en diplomatie	5
Milieuberichtgeving	6
Sociale zaken	7
Wetenschap, techniek en medisch nieuws	8
Opvoeding en onderwijs	9
Militaire en paramilitaire berichtgeving	10
Cultuur en media	11
Soft news	12
Sport	13
Vooruitblikken	14
Andere	15

Variabele 3: Vorm

Categorie	Code
Inleiding door nieuwslezer of anker	1
Nieuwslezer of anker	2
Beeldverslag	3
Correspondent rechtstreeks	4
Correspondent onrechtstreeks	5
Toespraak, verklaring, persconferentie	6
Interview rechtstreeks	7
Interview onrechtstreeks	8
Studiogesprek	9
Foto's, kaarten, grafieken en geschreven tekst	10
Fragment	11
Beeldverslag met interview, toespraak,	12

verklaring, persconferentie erin verwerkt	
Carrousel	13
Andere	14

Variabele 4: Plaats van de vormcategorie

Categorie	Code
Plaats nummer 1	1
Plaats nummer 2	2
Plaats nummer 3	3
Plaats nummer x	x

Variabele 5: Kleur

Categorie	Code
Niet-negatief	1
Negatief	2

Variabele 6: Geografische rubriekscategorie

Categorie	Code
België	1
Vlaanderen	2
Europa (exclusief België)	3
Amerika	4
Midden-Oosten	5
Azië	6
Oceanië	7
Afrika	8
Internationaal	9

Variabele 7: Belichte Belgische politieke partijen

Categorie	Code
Groen! (Agalev)	1
CD&V (CVP)	2
Ecolo	3
SPIRIT / Idee 21	4
PVDA	5
MR	6
PS	7
CDH	8
SP.a (SP)	9

Vivant	10
Vlaams Blok	11
VLD (PVV)	12
Volksunie / NVA	13
Front National	14
Niet van toepassing	15

Variabele 8: Geslacht van de nieuwsreporter

Categorie	Code
Man	1
Vrouw	2
Niet van toepassing	9

Variabele 9: Geslacht van de main actor

Categorie	Code
Man	1
Vrouw	2
Niet van toepassing	9

Variabele 10: Functie van de main actor

Categorie	Code
Koninklijke familie	1
Politici	2
Sportvedetten	3
Showbusinessvedetten	4
Bedrijfsleiders	5
Professoren en deskundigen	6
Kerkelijke bekendheden	7
Vertegenwoordiger van een vakbond	8
Vertegenwoordiger van een werkgeversorganisatie	9
Vertegenwoordiger van een milieuorganisatie	10
Vertegenwoordiger van politie of leger	11
Vertegenwoordiger van een andere vereniging of organisatie	12
Andere bekendheden	13
Stakers	14
Betogers	15
Slachtoffers	16

Misdadigers	17
Kiezers	18
Respondenten van een onderzoek	19
Participanten in ongewone aangelegenheden	20
Ooggetuigen	21
Andere gewone mensen	22
Partij	23
Andere politieke organisatie	24
Vakbond	25
Werkgeversorganisatie	26
Milieuorganisatie	27
Kerk	28
Politie of leger	29
Bedrijf	30
Andere organisatie	31
Dieren	32
Objecten	33
Abstracties	34

Variabele 11: Duur

Categorie	Code
Eerste vormcategorie	Aantal minuten en seconden
Tweede vormcategorie	Aantal minuten en seconden
Derde vormcategorie	Aantal minuten en seconden
x-ste vormcategorie	Aantal minuten en seconden

Variabele 12: Kijkcijfers

Categorie	Code
Maandag week 1	Kijkcijfer maandag week 1
Dinsdag week 1	Kijkcijfer dinsdag week 1
Woensdag week 1	Kijkcijfer woensdag week 1
Donderdag week 1	Kijkcijfer donderdag week 1
Vrijdag week 1	Kijkcijfer vrijdag week 1
Zaterdag week 1	Kijkcijfer zaterdag week 1
Zondag week 1	Kijkcijfer zondag week 1
Maandag week 2	Kijkcijfer maandag week 2
X-dag week Y	Kijkcijfer X-dag week Y