

UNIVERSITEIT GENT
FACULTEIT POLITIEKE EN SOCIALE WETENSCHAPPEN

Beeldvorming van senioren in de Vlaamse pers. Een kwantitatieve en kwalitatieve inhoudsanalyse.

Wetenschappelijke verhandeling

aantal woorden:
20601

Tom Impens

MASTERPROEF COMMUNICATIEWETENSCHAPPEN
afstudeerrichting JOURNALISTIEK

PROMOTOR: DR. Laurence Hautekeete

COMMISSARIS: PROF. DR. Hans Verstraeten

COMMISSARIS: LIC. Tim Hoebeke

ACADEMIEJAAR 2008 – 2009

Na maanden hard werk is mijn masterproef toch op tijd klaar geraakt.
Het zag er lang anders naar uit. Zonder hulp was het me nooit gelukt. Deze mensen verdienen mijn grootste dank.

Eerst en vooral mijn promotor dr. Laurence Hautekeete die een enorme steun was doorheen het hele academiejaar. Ik kon steeds bij haar terecht en haar tips bleken van goudwaarde.

Daarnaast wil ik ook alle docenten bedanken die me de voorbije 2 jaren hebben ingeleid in de communicatiewetenschappen. Het waren algemeen beschouwd erg interessante lessen en opdrachten.

Ook Tanneke Van de Walle mag ik niet vergeten, voor haar hulp in de bibliotheek, haar stralende glimlach en fantastische muziekkeuze.

Tot slot verdient Peter Acket van de Coreliogroep ook hier een plaatsje: hij kon me cruciale gegevens bezorgen over het lezersbestand van de Vlaamse kranten.

Natuurlijk wil ik mijn ouders, zus, vriendin, vrienden en medestudenten niet vergeten: bedankt voor de steun, (opbouwende) kritiek en ontspanning

Inhoudstafel

Abstract.....	p.4
Inleiding.....	p.5
Opzet en probleemstelling.....	p.5
Methodologie.....	p.9
Onderzoeksonderwerp.....	p.10
Structuur.....	p.13
Deel I Literatuurstudie	
Hoofdstuk 1: Theorievorming over de concepten ‘nieuws’, ‘representatie’, ‘stereotypering’ en ouder worden.....	p.14
1.1 Inleiding.....	p.14
1.2 Het concept nieuws.....	p.14
1.3 Het concept representatie & beeldvorming.....	p.17
1.4 Stereotypering van senioren in de media.....	p.18
1.5 Theorievorming rond ouder worden.....	p.19
Hoofdstuk 2: Stand van zaken in de literatuur.....	p.21
2.1 Inleiding.....	p.21
2.2 Sociologische studies over senioren.....	p.21
2.3 Senioren en communicatief onderzoek.....	p.22
Deel II Emprisch luik	
Hoofdstuk 3: Inhoudsanalyse van nieuwsberichten in kranten. Motivatie.....	p.25
3.1 Opzet.....	p.25
3.2 Steekproef.....	p.25
3.3 Materiaal.....	p.26
3.4 Hypothese.....	p.28
3.5 Codeboek.....	p.30
Hoofdstuk 4: Inhoudsanalyse van nieuwsberichten in kranten. Resultaten.....	p.36
4.1 Inleiding.....	p.36
4.2 Hypothese 1.....	p.36
4.3 Hypothese 2.....	p.39
4.4 Hypothese 3.....	p.42
4.5 Hypothese 4.....	p.43
4.6 Hypothese 5.....	p.46
Algemeen besluit.....	p.50
Bibliografie.....	p.54
Bijlage 1: Kunstmatige geconstrueerde weken.....	p.58
Bijlage 2: Codeboek.....	p.59
Bijlage 3: SPSS-outputs.....	p.61
Bijlage 4: Gegevens over het lezersprofiel.....	p.95

Abstract

Centraal in deze masterproef staan twee vragen: in hoeverre komen senioren (65-plussers) aan bod in de Vlaamse printmedia en hoe worden ze daarin voorgesteld. Met behulp van een kwantitatieve en (in minder mate) een kwalitatieve inhoudsanalyse proberen we hierop een antwoord te bieden. Het onderzoeksmateriaal bestaat uit 4 kranten (De Standaard, De Morgen, Het Volk en Het Laatste Nieuws) waarvan we elk 60 edities hebben bekeken. De onderzoeksperiode liep tussen 2000 en 2008.

Aan de hand van de kwantitatieve inhoudsanalyse kunnen we uitspraken doen over hoeveel keer en over welke onderwerpen senioren aan bod komen. Zo zien we dat senioren maar in 2.5% van alle artikels voorkomen. Populaire kranten (Het Nieuwsblad, Het Laatste Nieuws) besteden wel meer aandacht aan senioren dan de kwaliteitskranten (De Morgen, De Standaard). Daarenboven zijn de nieuwsberichten vaak heel erg beperkt in omvang. Van de 519 nieuwsberichten over senioren, zijn er maar liefst 169 1/16^e krantenpagina 'groot'. Daarnaast zien we dat vrouwelijke senioren en hoogbejaarden ondervertegenwoordigd zijn. Toch worden ze niet volledig verwaarloosd in de krant. Zo komt er iets meer dan de helft van de nieuwsberichten een vrouwelijke senior voor. Over allochtone senioren daarentegen leest de Vlaamse krantenlezer amper iets. We zien ook dat senioren vaak als een slachtoffer worden voorgesteld: in iets meer dan 20% van alle gevallen wordt de 65-plusser in een slachtofferrol geduwd. Ongeveer 1 op de 3 nieuwsberichten beelden de senior actief voor. We hebben tussen de verschillende kranten hierbij geen significante verschillen ontdekt.

In de kwalitatieve analyse die zich toespitste op liefde en seksualiteit wordt tot slot duidelijk dat een aantal stereotypingen over senioren in de krant expliciet worden ontkracht. Zo lezen we dat senioren een betrekkelijk actief seksleven hebben en dat ze zich zelden echt eenzaam voelen. De liefde zelf krijgt in de nieuwsberichten echter maar zelden een plaats toebedeeld.

Inleiding

Opzet en probleemstelling

In 2000 publiceert de vakgroep Communicatiewetenschappen van de Universiteit Gent in samenwerking met de Provinciale Adviesraad voor Seniorenbeleid het onderzoeksrapport 'Oud is out?' over de beeldvorming van senioren in de Vlaamse media (De Clercq, Saeys, Vanzieleghem, 2000). Twee vragen staan daarin centraal: wat vinden senioren zelf van de manier waarop ze worden voorgesteld in de krant en op televisie én hoe vaak en op welke manier komen senioren werkelijk aan bod in de Vlaamse media? Met behulp van focusgroepen en een kwantitatieve inhoudsanalyse van verschillende kranten en televisiejournals komen de onderzoekers tot enkele opmerkelijke vaststellingen. Eerst en vooral blijkt uit de analyse van de focusgroepen dat er volgens de senioren zelf te weinig aandacht aan hen wordt geschonken: zowel in de krant als op televisie zijn er in hun mening onvoldoende senioren te zien. Bovendien vinden ze dat het beeld dat van hen geschetst wordt eenzijdig, ongenueanceerd en stereotiep is. Zo lijken alle bejaarden die in de media verschijnen wel dement te zijn en zich eenzaam te voelen. De grieven van de senioren blijken niet zomaar uit de lucht gegrepen. Uit de inhoudsanalyse wordt immers duidelijk dat senioren, vooral in het televisienieuws, ondervertegenwoordigd zijn. Bij de kranten telde het onderzoek één derde senioren, op televisie lag de verhouding op één senior per tien personen (De Clercq et al., 2000).

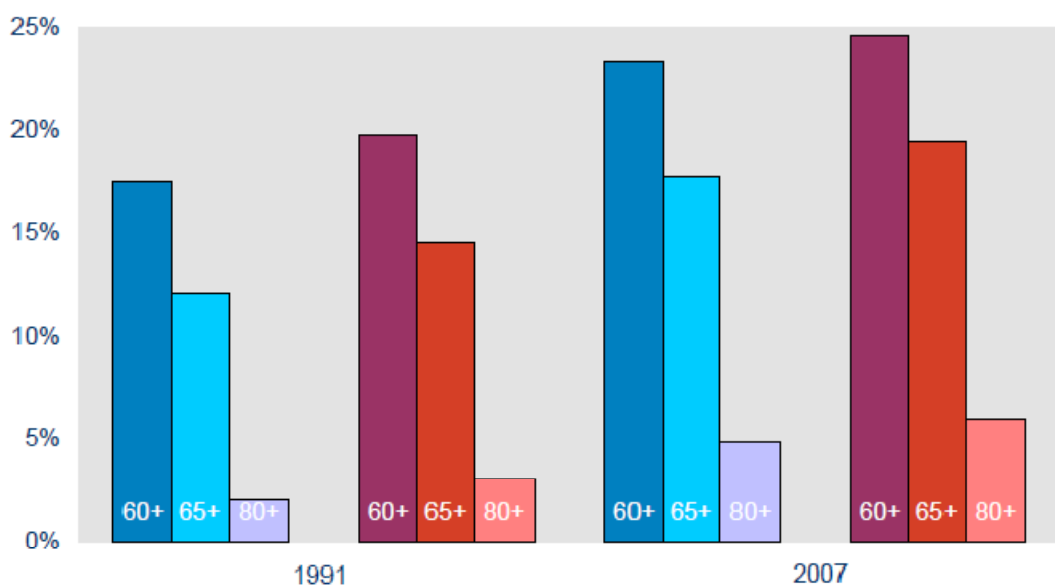
Een tweede belangrijke en opvallende vaststelling was dat senioren, wanneer ze toch aan bod komen in de media, vaak gevictimiseerd worden. 'Beduidend vaker dan jongere mensen worden senioren voorgesteld als slachtoffer van geweld, ongevallen, oorlog. Vooral in de krantenberichtgeving is het percentage slachtoffers onder senioren hoger dan bij niet senioren.' (De Clercq et al., 2000, p. 29) Zo wordt 42% van de senioren voorgesteld als slachtoffer. Bij niet-senioren ligt dit cijfer beduidend lager: slechts in 9 van de honderd gevallen worden personen jonger dan 55 jaar als een slachtoffer gerepresenteerd.

Sinds dit onderzoeksrapport en haar onthullende resultaten is het onderzoek naar de beeldvorming van senioren in de Vlaamse pers volkomen stil gevallen. Toch zijn er de voorbije jaren heel wat interessante verschuivingen vast te stellen. Zo is de vergrijzing een acuter probleem dan ooit tevoren. Ouderen maken niet alleen een zeer belangrijk deel van onze samenleving uit, ze vormen daarenboven de snelst groeiende bevolkingsgroep.

Uit een Federaal Onderzoeksdossier blijkt immers dat er in België 2,5 miljoen zestigplussers leven. Ieder jaar komen daar 20 000 Belgen bij. Waar het totale bevolkingsaantal tussen 1991 en 2007 steeg

met 6%, kende het aantal zestigplussers in dezelfde periode een spectaculaire toename van 19% bij mannen en 11% bij vrouwen. Dit betekent dat in 2020 ongeveer 40% van alle Belgen ouder dan 60 jaar zullen zijn. Er komen absoluut gezien steeds meer ouderen bij -de babyboomgeneratie bereikt op dit moment de pensioengerechtigde leeftijd (De Vleeschouwer, 2007, p.11)- en ook hun aandeel in de maatschappij wordt jaar na jaar groter. De levensverwachting blijft immers toenemen terwijl er tegelijkertijd steeds minder kinderen worden geboren. Zo stijgt het aantal hoogbejaarden, senioren die 80 jaar of ouder zijn, elk jaar met meer dan 8 000 (FOD Economie, 2008 http://www.statbel.fgov.be/press/pr109_fullreport_nl.pdf).

Aandeel van de senioren in de totale bevolking, mannen en vrouwen (1991 en 2007)



Bron: Algemene Directie Statistiek en Economische Informatie van de FOD Economie.

Dankzij deze demografische revolutie en de financiële moeilijkheden die dit met zich meebrengt, ontstaat er volgens enkele onderzoekers ook een vertekend beeld van de ouderen zelf. Dick Knook vertelt in *Het Methusalem mysterie* dat we geen krant of tijdschrift meer open kunnen slaan, geen televisiejournaal meer kunnen aanzetten of we worden geconfronteerd met een beangstigende boodschap: ‘er komen steeds meer ouderen bij en de kosten die dat met zich meebrengt kunnen we niet betalen. Voor vele mensen is het groeiende aantal senioren dan ook een angstbeeld. Naarmate senioren ouder worden, ziet de rest van de bevolking hen steeds meer als een kostenpost. Op die manier krijgen ze zelf een schuldcomplex aangepraat’ (Knook, 2008, p.9). De media berichten daarenboven, aldus Knook op een karikaturale, ongenueanceerde en eenzijdige manier over de vergrijzing: kranten en televisiejournaals hebben het over ‘de grijze tsunami, de grijze plaag of het grijze gevaar’ (Knook, 2008, p.204). Tegelijkertijd blijkt uit onderzoek van onder meer Marcoen en Nederland dat er een verschuiving bestaat van een negatieve naar een meer neutrale en zelfs een positieve invulling van de term ouderen (Breda & Schoenmaekers, 2004, p.294; Smelik, 1999, s.p.).

Wie vroeger zestig jaar of ouder was, werd al snel als oud en ‘uitgerangeerd’ bestempeld. Bij de term ‘senioren’ denken we nu echter niet langer alleen maar (of in de eerste plaats) aan ‘demente, aftakelende negentigplussers in een bejaardentehuis maar meer dan ooit aan vitale, levensgenietende ouderen die reizen, dansen en een uitgebreide vriendenkring hebben’ (Smelik, 1999, s.p.).

Tabel 2: Procentuele verdeling van het aantal senioren (1991 en 2007)	Mannen		Vrouwen		M+V	
	1991	2007	1991	2007	1991	2007
België						
60+	17,6%	19,8%	23,5%	24,7%	20,7%	22,3%
65+	12,2%	14,6%	17,8%	19,5%	15,0%	17,1%
80+	2,1%	3,1%	4,9%	6,0%	3,5%	4,6%
Brussels Hoofdstedelijk Gewest						
60+	18,5%	16,0%	26,8%	22,1%	22,9%	19,2%
65+	13,2%	11,8%	21,2%	17,6%	17,4%	14,8%
80+	2,6%	3,0%	6,5%	6,3%	4,7%	4,7%
Vlaams Gewest						
60+	17,4%	21,1%	22,5%	25,5%	20,0%	23,3%
65+	12,0%	15,5%	16,8%	20,0%	14,5%	17,8%
80+	2,2%	3,2%	4,5%	5,8%	3,4%	4,5%
Waals Gewest						
60+	17,7%	18,5%	24,3%	24,3%	21,1%	21,5%
65+	12,1%	13,6%	18,4%	19,3%	15,3%	16,5%
80+	1,9%	2,9%	4,9%	6,1%	3,5%	4,6%

Bron: Algemene Directie Statistiek en Economische Informatie van de FOD Economie.
In procenten ten opzichte van de bevolking in het rijk of in hetzelfde gewest.

Rekening houdend met deze vaststellingen leek het interessant een vervolgstudie op te starten over het onderzoeksrapport uit 2000. Het centrale onderwerp in deze masterproef is dan ook de berichtgeving over en de representatie van senioren in de Vlaamse pers, sinds de publicatie van ‘Oud is out?’ in 2000. Hoe vaak komen senioren in het nieuws, in welke context en hoe worden ze voorgesteld zijn de belangrijkste onderzoeksvragen. Het is hierbij niet onze bedoeling al te strikt vast te houden aan de methodologie van het vorige onderzoek maar daar waar het in onze ogen nodig en opportuun is, andere klemtonen leggen en nieuwe hypothesen naar voren te brengen.

Het uitgangspunt in deze studie is de vaststelling dat een grote aanwezigheid in de populatie zich ogenschijnlijk vertaalt in een geringe aanwezigheid in de media. Verschillende studies wijzen er immers op dat senioren slechts zelden in het nieuws komen (Bucholz & Bynum, 1982; Kubey, 1988; Wass, 1985). Media pretenderen dan wel graag een accurate afspiegeling van de maatschappij te zijn, toch dringen bepaalde sociale groepen niet of moeilijker door in kranten of op televisie. Zo kan men de media terecht verwijten dat ze niet alleen jeugdgeobsedeerd maar zelfs gerontofobisch is (De Vleeschouwer, 2007, p.30). Leeftijd is dan ook een bepalende factor voor wie bijvoorbeeld op televisie mag komen. Voornamelijk 25- tot 45-jarigen vinden hun weg naar de buis terwijl ouderen zelden te zien zijn. Reestman (in: De Vleeschouwer, 2007, p.51) betoogt zelfs dat journalisten die op

leeftijd zijn gekomen vaak minder belangrijke opdrachten krijgen en uit de landelijke media worden geweerd. In een interview op Studio Brussel bijvoorbeeld verklaart ex-journalist Dirk Tieleman dat ‘ook magazines en kranten worden gemaakt door dertigers, veertigers. Mensen die vijftig worden en zeker zestig, worden aan de deur gezet, al dan niet verplicht met pensioen. Hun stem wordt niet gehoord, die inspiratie is er nooit. Er wordt weinig rekening gehouden met hun interesses.’ (Studio Brussel, 30 januari 2008, www.stubru.be/taxonomy/term/4066)

Een belangrijk vraagstuk waar we doorheen dit onderzoek rekening mee moeten houden, is wat het effect van nieuws is op de opinievorming van de mediaconsumenten. In hoeverre beïnvloedt wat we lezen onze eigen opvattingen en wat is dan de rol van de printmedia in hoe de samenleving naar ouderen kijkt. Media-effecten vormen al lange tijd een belangrijk onderzoeksdomenein binnen de Communicatiewetenschappen. De relatie tussen media en opinievorming is dan ook één van de meest bediscussieerde en actuele vraagstukken. Verschillende auteurs zoals Verstraeten en McNair (in: Devroe, 2007, p. 8) beklemtonen het gevaar van ‘injectienaald-denken’ waarbij de mediagebruiker slechts een passieve ontvanger is. Wat de effecten van de media daadwerkelijk zijn, is voorlopig echter ook voor hen nog een grote vraag: er is te weinig over geweten om er correcte uitspraken over te doen. Veel hangt daarenboven af van de persoonlijke karakteristieken van de mediagebruiker en de eigenschappen van het nieuwsbericht.

In deze masterproef benaderen we het effect van de media volgens de sociaal constructivistische methode. Deze methode stelt dat de betekenis die de mediagebruiker toekent aan een mediaboodschap het gevolg is van de onderhandeling van het reeds bestaande referentiekader met de mediaboodschap. Het beeld dat het publiek heeft over bijvoorbeeld senioren wordt dus niet enkel door de media beïnvloed, maar evenzeer door omgevingsfactoren (Turrekens, 2008, p.38). We moeten in deze optiek verwijzen naar de theorie van Berger en Luckman. In hun werk *The Social Construction of reality*, uitgegeven in 1966 maken ze een onderscheid in drie vol- en evenwaardige sociale realiteiten: de objectieve sociale realiteit, de subjectieve sociale realiteit en de symbolische sociale realiteit. Belangrijk voor deze studie is dat ze de media zien als een metasymbolische sociale realiteit én dat er een relatie bestaat tussen de media en de symbolische sociale realiteit: zo spelen onze eigen sociale ervaringen een aanzienlijke rol in het verwerken van wat we in de media lezen. Tegelijkertijd beïnvloeden deze media onze subjectieve sociale realiteit (Verstraeten, 2007, s.p.)

Vergeleken met het oorspronkelijke onderzoek dat de nadruk onder meer legt op wat de senioren zelf vinden van de manier waarop ze worden voorgesteld in de media en waarin zowel kranten als televisiejournals worden geanalyseerd, is deze studie minder ambitieus. Deze masterproef is voornamelijk het werk van één persoon (de hulp van de promotor en anderen even buiten beschouwing gelaten) terwijl aan het onderzoek uit 2000 zowel leden van de Provinciale Adviesraad

voor Seniorenbeleid en van de werkgroep Senioren en Media als 12 studenten uit de eerste licentie van de opleiding communicatiewetenschappen hebben meegewerkt. Deze masterproef beperkt zich dan ook tot een (weliswaar uitgebreide) inhoudsanalyse van de Vlaamse printmedia. Wat senioren vinden van het beeld dat van hen wordt geschetst in de media en hoe televisiejournaals hen daadwerkelijk afbeelden, zal hier niet worden besproken.

Methodologie

Het is belangrijk dat het onderzoek qua methodologie strikt wordt afgebakend om de validiteit en de betrouwbaarheid te garanderen. Hoewel het mogelijk is verschillende onderzoeksdesigns in één onderzoek te gebruiken, hebben wij ervoor gekozen ons geheel toe te spitsen op de inhoudsanalyse: in de eerste plaats maken we gebruik van de kwantitatieve inhoudsanalyse. Niet alleen binnen de communicatiewetenschappen maar ook in aangrenzende disciplines zoals geschiedenis of antropologie is dit één van de belangrijkste methodieken als het gaat om het onderzoeken van cultuurproducten zoals de media en sprookjes of zelfs gebouwen en schilderijen (Wester, Renckstorf & Scheepers, 2006, p.624). In de jaren 1920 geïntroduceerd door Laswell kende de kwantitatieve inhoudsanalyse vooral na de Tweede Wereldoorlog een snelle verspreiding in de academische wereld dankzij Berelson. Deze onderzoeksmethodiek maakt het mogelijk de aanwezigheid van bepaalde manifeste kenmerken in teksten te registreren op een systematische (via het codeboek) en kwantificerende wijze. Het is dan ook ten dele vergelijkbaar met het survey-onderzoek: aan de hand van een waarnemingsinstrument gaat de onderzoeker bij een groot aantal eenheden een aanzienlijk aantal gegevens verzamelen. Enkel het onderzoeksmateriaal verschilt (Wester et al., 2006, p.121-148). Volgens Devroe (2007, p.91) is het belangrijkste kenmerk van de kwantitatieve inhoudsanalyse dat 'het tegemoet komt aan de standaarden van de positieve wetenschappen': het scoort hoog op de mate van validiteit, veralgemeenbaarheid, betrouwbaarheid en herhaalbaarheid. Toch zijn er ook enkele belangrijke beperkingen: zo bestaat bij de constructie van een codeboek, het meetinstrument bij uitstek binnen een kwantitatieve inhoudsanalyse, het risico dat de onderzoeker zijn eigen betekenissysteem oplegt, wat al snel kan leiden tot vertekening. Daarnaast is het ook noodzakelijk over een grote hoeveelheid materiaal te beschikken die statistisch onderzocht kan worden. De onderzoeksmethode is daarbovenop weinig interpretatief (Webster et al., 2006, p.122).

Om deze tekortkomingen op te vangen, maken we ook gebruik van de kwalitatief-interpreterende vormen van de inhoudsanalyse. Dit onderzoeksdesign wordt volgens Wester gekenmerkt door de vaststelling dat het materiaal steeds geproduceerd is in een bepaalde sociale situatie (2006, p.627-634). Daarnaast leest de onderzoeker het materiaal vanuit een specifieke vraagstelling waardoor bepaalde aspecten van de inhoud belangrijk(er) worden. Het materiaal wordt zo altijd onderzocht vanuit één

bepaald perspectief . De onderzoeker moet hierbij interpretatief te werk gaan om de belangrijke kenmerken op het spoor te komen én moet bij lezing van het materiaal zich trachten te verplaatsen in de sociale context van de maker en van de gebruikers. ‘Door patronen te ontdekken in het materiaal moet men als het ware eerst de code breken om de relevante betekenissen te kunnen achterhalen’ (Wester et al., 2006, p. 632). Daarbij is de onderzoeker niet geïnteresseerd in de inhoud op zich maar wel in de inhoudskenmerken.

Bij de kwalitatieve benadering staan we voornamelijk stil bij het gebruik van de techniek van *name calling*: welke woorden gebruiken journalisten om senioren voor te stellen? Blijft dit beperkt tot neutraal woordgebruik zoals ‘ouderen’, ‘senioren’ of ‘65-plussers’ of hanteren ze daarentegen een kleurrijk palet vol metaforen en stijlfiguren? Zowel het artikel van Savarese (2000) over de berichtgeving over de oorlog in Kosovo als dat van Maguire, Poulton en Possamai (1999) over de *media coverage* van het Europees voetbalkampioenschap in 1996 in Duitse en Engelse kranten waren in methodologisch opzicht verhelderend.

Onderzoeksonderwerp

Niet alleen hoe we iets onderzoeken maar ook wat we onderzoeken moet strikt afgebakend zijn. Het centrale onderzoeksonderwerp in deze masterproef is het nieuws. Zoals we hebben aangestipt beperkt het onderzoek zich tot de analyse van kranten. Televisiejournals worden niet geanalyseerd. Dit is een moeilijk te verantwoorden keuze: televisie is één van de, zo niet het voornaamste nieuwsmedium. Uit een survey in Groot-Brittannië blijkt dat 34% van de ondervraagden het televisienieuws als de belangrijkste nieuwsbron aanstipten. Slechts 31% vond daarentegen de krant de belangrijkste nieuwsbron (McNair, 2003). Ook het bereik van televisie is hoger dan dat van kranten: zo bereikt het televisiejournal van één en vtm dagelijks elk rond de 800 000 kijkers. De oplagecijfers van de printmedia zijn niet te vergelijken. Het Laatste Nieuws is koploper met een dagelijkse oplage van rond de 350 000 kranten. De titels De Standaard en De Morgen moeten het slechts stellen tussen de 80 000 en 100 000 kranten per dag. (<http://www.cim.be/auth/nl/d/index.html>). Anderzijds (en in onze ogen een interessantere vaststelling) is de berichtgeving binnen kranten vaak genuanceerder: er is meer ruimte om achtergrondinformatie en details weer te geven terwijl de berichtgeving op televisie – noodgedwongen- oppervlakkiger is. We zouden zelfs kunnen zeggen dat de volledige tekst van een nieuwsuitzending met enige goede wil afgedrukt kan worden op slechts één krantenpagina (Hooghe, 2005, p.9). Daarbovenop bestaan er tussen kranten onderling heel wat verschillen (Devroe, 2007, p.19). Uit een onderzoek van Walgrave en De Swert (2004) over het electorale succes van het toenmalige Vlaams Blok en het doctoraatsonderzoek van Hautekeete (2005) over de tabloidisering van de Vlaamse pers komt onder meer tot uiting dat er een duidelijk verschil bestaat tussen het

nieuwsaanbod van Vlaamse kwaliteitskranten (De Morgen, De Standaard) en dat van populaire kranten (Het Laatste Nieuws, Het Volk, Het Nieuwsblad). Hoe en hoeveel keer de kwaliteitspers vergeleken met de populaire pers senioren in beeld brengen is dan ook een interessant en hopelijk op te lossen vraagstuk. Uit een studie van De Bens en Paulussen (in: Devroe, 2007, p.18) blijkt daarentegen dat er in feite maar weinig vormelijke en inhoudelijke verschillen bestaan tussen het journaal op VTM en dat van één. Met deze onderzoeksresultaten in het achterhoofd (en de vaststelling dat we niet én kranten én televisiejournals aandachtig konden bestuderen) hebben we dan ook gekozen al onze pijlen te richten op kranten.

Dit betekent niet dat de hele krant het onderzoeksmateriaal uitmaakt: advertenties binnen kranten, sportnieuws, Vacature of Jobat die beide geen redactionele bijlagen zijn, overlijdensberichten, eenmalige bijlagen en kinderbijlagen vallen buiten de te onderzoeken gegevens (Hauttekeete, 2005, p.219). Aangezien we in deze studie een beeld willen krijgen over hoe Vlaamse kranten berichten over senioren in Vlaanderen, beperken we ons ook tot het binnenlandse (en regionale) nieuws. In hoeverre senioren meer dan wel minder in beeld komen in de regionale pagina's dan in de algemene katern Binnenland vormt hierbij een interessant vraagstuk. De culturele en literaire katern van de gekozen kranten worden geselecteerd, de katern Buitenland echter niet. Ook berichten waarin senioren alleen maar in beeld komen, nemen we niet op. 'Beeldmateriaal is immers een ander soort tekst dan geschreven tekst en vraagt een andere analyse en dus ook een ander codeerinstrument' (Devroe, 2007, p.84). In het codeboek zijn wel een aantal variabelen opgenomen voor een beperkte analyse van foto's.

Tot slot is het van essentieel belang te verklaren wat we onder de term 'senior' verstaan. In de loop der jaren zijn er zowel binnen communicatiewetenschappen als binnen sociologie verschillende studies verschenen over senioren. Onderzoekers hebben deze bevolkingsgroep in hun studies telkens anders gedefinieerd en steeds ook het arbitraire karakter van hun keuze beklemtoond. Hoewel er geen twijfel bestaat dat 'senior' de meest neutrale en geschikte term is, heerst er dan ook nog veel onenigheid over wat de leeftijdsgrens is die een niet-senior onderscheidt van een senior (Van Steenberge, 2000, p.4). De klassieke leeftijdsgrens van 65 jaar wordt de laatste tijd minder gehanteerd, ook al blijven verschillende onderzoekers deze leeftijd nog steeds een goede indicator vinden (Kite & Wagner, 2002, p.134). In de geraadpleegde literatuur schommelt de ondergrens tussen 50 en 65. Wie het lemma 'senior' opzoekt in het woordenboek Van Dale in de hoop een duidelijke welomschreven definitie te vinden die als uitgangspunt voor een onderzoek kan dienen, komt bedrogen uit. Daarin wordt 'senior' als een synoniem omschreven voor zowel bejaarde als oudere. Deze begrippen hebben echter een duidelijk verschillende definitie: een oudere is iemand van circa 55 jaar en ouder. Een bejaarde ben je, volgens de definitie in Van Dale slechts vanaf 65 jaar. Objectieve criteria vinden blijft een heikel punt. Daarenboven wordt de kalenderleeftijd niet door iedereen als een betrouwbare maatstaf beschouwd. Sommige onderzoekers twijfelen aan de bruikbaarheid van absolute leeftijdsgrenzen. Zo stelt Willems

(in: Van Steenberge, 2000, p.8) dat de zestigjarigen van vandaag andere mensen zijn met andere waarden, opvattingen en hobbys's dan de zestigjarigen van enkele decennia vroeger, net zoals dat de zestigjarigen van de volgende decennia andere mensen zullen zijn dan degene van de huidige generatie. Daarenboven blijkt uit verschillende studies dat er vaak een aanzienlijk verschil gaapt tussen hoe oud iemand is en hoe oud hij zich werkelijk voelt. De cognitieve of gepercipieerde leeftijd van een individu valt zelden samen met de effectieve leeftijd. (Turrekens, 2007, p.11). Zo vormde één van de conclusies uit het onderzoeksrapport 'Oud is out?' dat de hedendaagse senior zich vaak jonger voelt dan dat zijn of haar kalenderleeftijd aangeeft (De Clercq et al., 2000, p.2)

We mogen senioren ook niet als één homogene groep zien. Een groep is immers een verzameling van personen waarbinnen een onderlinge solidariteit of 'wij-gevoel' heerst en die er gemeenschappelijke waarden en normen op na houden (Turksma, 1982, p. 31-33). Het is beter te spreken over een categorie: dit is een statistische eenheid zonder gemeenschappelijke banden. Senioren worden immers dikwijls onterecht aanzien als een groep, terwijl het eigenlijk over een zeer heterogene categorie gaat. Verschillende onderzoekers zoals Sauchuk en Lazer (geciteerd in: Van Steenberge, 2000, p. 5) maken dan ook een verdere opdeling: zo maakt Sauchuk een onderscheid tussen prime lifers, voor senioren tussen de 50 en de 64 jaar, recently retired voor personen van 65 tot en met 74 jaar en the old, voor de 75-plussers. Bij Lazer is er een vergelijkbare opdeling te vinden, maar hij laat de oudste categorie pas vanaf 85 jaar beginnen.

Toen we wilden beslissen met welke ondergrens we de term senioren laten samenvallen, kwamen we tot de vaststelling hoe opvallend het is dat we talrijke woorden kunnen gebruiken om aan te duiden waar precies iemand zich bevindt tot aan zijn vijftigste levensjaar: peuter, kleuter, tiener, adolescent, jongvolwassene, volwassene... Wordt iemand 50 jaar, dan duiden we die persoon al snel tot aan zijn dood aan met de term senior of bejaarde. Recent is echter de term 'medioren' opgedoken: de hippe marketingbenaming voor 'babyboomers' of 'pre-senioren'. Personen tussen 46 en 64 jaar oud, actief, relatief hoog opgeleid en die geld hebben te spenderen en tijd te verdrijven. De eerste generatie van tweeverdieners die er aanzienlijk andere leefgewoonten en opvattingen op na houdt dan de oudere generaties (Maak kennis met medioren, 13 april 2008, www.hln.be). We willen hiermee rekening houden. In tegenstelling tot Annelies Van Steenberge die in haar scriptie personen vanaf 55 jaar als senioren beschouwden, rekenen we in deze masterproef dan ook slechts personen die 65 jaar of ouder zijn tot de groep senioren. We maken verder nog een onderverdeling tussen jongere (tussen 65 en 79) en oudere senioren of hoogbejaarden (80-plussers). We komen hier nog uitgebreid op terug.

Structuur

Deze masterproef bestaat uit twee delen. Het eerste deel beperkt zich tot een grondige literatuurstudie. In het eerste hoofdstuk gaan we dieper in op enkele algemene concepten en begrippen: wat wordt er bedoeld met stereotypering, hoe verloopt het proces van beeldvorming en wat is het nieuws zijn de centrale vragen waarop we een antwoord proberen bieden. In het tweede hoofdstuk maken we een stand van zaken op naar het onderzoek van beeldvorming van senioren in de media. We beperken ons niet tot slechts de beeldvorming van senioren in de Vlaamse pers, maar zullen ook aandacht schenken aan hoe senioren in Amerikaanse, Duitse,... kranten én televisiejournaals worden afgebeeld. We proberen daarbij ook te verklaren welke plaats deze studie inneemt in een breder onderzoeksgebied waarin senioren de hoofdrol spelen.

In het tweede deel vangt het daadwerkelijke onderzoek aan. We zullen daarbij eerst en vooral de steekproef en steekproeftrekking bespreken en de keuzes wat betreft het onderzoeksmateriaal motiveren. We moeten ook stilstaan bij het codeboek en de operationalisering van de voorgestelde hypothesen. Vervolgens toetsen we onze hypothesen aan de resultaten. De eerste twee hypothesen zijn voornamelijk beschrijvend van aard. Zo gaan we onder meer na of mannelijke senioren meer aan bod komen dan vrouwelijke senioren, of ouderen ondervertegenwoordigd worden... Vanaf hypothese 3 proberen we dieper te gaan en een genuanceerder en preciezer beeld te schetsen: zo willen we de bevindingen uit de eerste twee hypothesen niet alleen koppelen aan de geselecteerde kranten (bijvoorbeeld: komen senioren in de kwaliteitspers meer of minder voor vergeleken met de populaire pers?) maar ook aan hoe ze worden voorgesteld (bijvoorbeeld: worden hoogbejaarden vaker als slachtoffer afgebeeld? En worden ze dan vaker als slachtoffer afgebeeld in De Standaard of Het Laatste Nieuws?).

Op de laatste hypothese -hoe worden senioren met betrekking tot liefde en seksualiteit afgebeeld- proberen we met behulp van de kwalitatieve inhoudsanalyse een antwoord te bieden.

We beëindigen deze masterproef met een algemeen besluit. In bijlage vindt u de kunstmatig geconstrueerde weken, de SPSS-outputs; gegevens over het lezersprofiel van de Vlaamse kranten en het codeboek.

Deel I Literatuurstudie

Hoofdstuk 1: Theorievorming over ‘nieuws’, ‘representatie’, ‘stereotypering’ en ouder worden

1.1 Inleiding

In dit hoofdstuk plaatsen we de concepten die in deze masterproef een centrale rol spelen in het voetlicht. Vragen zoals wat het nieuws is, in hoeverre bepaalde groepen binnen de nieuwsmedia worden gerepresenteerd en gestereotypeerd én hoe het proces van beeldvorming verloopt, zullen uitvoerig behandeld worden.

1.2 Het concept nieuws

Het is eerst en vooral van belang stil te staan bij het concept ‘nieuws’, het centrale onderzoeksonderwerp in deze studie. Het is ontzettend moeilijk een welomschreven definitie te geven van wat nieuws is. Zoals verschillende onderzoekers aangeven moeten we ons eerst en vooral de vraag stellen wat we met de term bedoelen. Burton schrijft in *Media and Society* dat ‘it is not hard to demonstrate that across the eight leading daily newspapers in England there is fair variation in definitions of what news is’ (2005, p.275). Wat voor de ene redactie nieuws is, kan immers voor de andere achterhaald of niet interessant zijn. In de vakliteratuur maken academici dan ook onder meer een onderscheid tussen *soft* en *hard news*. Meijer heeft het zelfs over de term *snack news* (2006) en volgens Langer (in: Burton, 2005, p. 280) is nieuws ‘an ideological construct’. Nieuws is volgens sommige onderzoekers immers geen natuurlijk fenomeen dat we ergens in de werkelijkheid kunnen vinden, maar een sociale constructie (McNair, 2003, p. 33). Dit maakt de taak om een strikte, universele definitie van ‘nieuws’ op te stellen niet makkelijker. De begripsomschrijving in het woordenboek Van Dale maakt alvast niet veel duidelijk: het lemma ‘nieuws’ wordt hierin gedefinieerd als een bericht, tijding. Deze omschrijving (en andere) blijven in onze ogen te vaag. We verkiezen daarom de conceptuele definitie van Devroe uit haar onderzoeksrapport ‘Gekleurd nieuws?’ over te nemen. Zij bepaalt het nieuws als ‘onbekende informatie over politieke, maatschappelijke, sociale en culturele gebeurtenissen in de wereld, gedistribueerd via verschillende soorten nieuwsmedia naar het

publiek'. Met nieuwsmedia, zo voegt ze er aan toe, worden media bedoeld die het nieuws verspreiden zoals websites, magazines, radio, televisie en kranten. (2007, p.14)

Deze nieuwsmedia spelen in ons dagelijkse leven een cruciale informatieve rol: we baseren ons immers niet alleen op onze eigen ervaringen, maar ook voor een groot deel op nieuwsmedia om een zicht te krijgen op wat er allemaal rondom ons gebeurt in de wereld. Maar liefst 80% van de Amerikanen gaven in een onderzoek aan dat de voornaamste bron van informatie de nieuwsmedia is (Johnson-Cartee, 2005, p.5). Volgens Allan (2004) gaan mensen er van uit dat we met behulp van deze nieuwsmedia een duidelijk en correct beeld krijgen van hoe het er in de wereld aan toe gaat. Nieuwsberichten zouden een accurate weergave vormen van de actualiteit. Verschillende auteurs wijzen echter op de sociale constructie van het nieuws. Zo schrijft Tuchman (in: Burton, 2005, p.277) dat 'news, like all public documents, is a constructed reality possessing its own internal validity': de realiteit wordt in een televisiejournaal of in de krant niet zomaar opnieuw tot leven gewekt of gereconstrueerd maar eerder geconstrueerd voor degenen die bij het nieuwsgebeuren niet aanwezig waren.

Dit nieuws, verspreid via de massamedia informeert echter niet alleen de mediagebruikers maar beïnvloedt hen evenzeer. Zo stelt Johnson-Cartee dat 'mass media provide us with the mosaics from which we build our own personal reality'. Mediagebruikers worden steeds meer van de nieuwsmedia afhankelijk om zichzelf te oriënteren in de gemeenschap. (2005, p.17) De mate van beïnvloeding blijft voorlopig echter een vraagteken. Dit blijft volgens onder meer McNair dan ook één van de moeilijkste vraagstukken binnen de communicatiewetenschappen (2003, p.22). Dat mensen beïnvloed worden door de nieuwsmedia (hoewel de precieze impact nog niet volkomen duidelijk is) en actief met de informatie omgaan, toont in onze ogen het enorme vertrouwen aan dat de mediaconsumenten hebben in de accuraatheid van de nieuwsmedia en de nieuwshoud. Dit wordt ook door internationaal onderzoek bevestigd (McNair, 2003, p.15). Vooral televisienieuws geniet een hoge mate van vertrouwen en heeft een grote impact op hoe mediaconsumenten denken. Mensen worden immers op het journaal geconfronteerd met beeldmateriaal en stellen zo met hun eigen ogen vast dat de gebeurtenissen echt hebben plaatsgevonden. (Hooghe, 2005, p.8)

Wat betreft Vlaanderen kunnen we in dit opzicht verwijzen naar een onderzoek van Vandenbrande en Bauwens (2004) uitgevoerd in de periode 1999-2001. Uit hun studie blijkt dat Vlamingen fervente en trouwe nieuwsgebruikers zijn. Niet alleen vindt ongeveer de helft van de respondenten het nieuwsjournaal zijn of haar favoriete televisieprogramma, het merendeel van de Vlamingen leest geregeld ook een krant. We moeten bij deze gegevens weliswaar enkele kanttekeningen plaatsen: zo blijft televisienieuws (noodgedwongen) inhoudelijk vlak en beperkt. Er is weinig ruimte voor nuancering en diepte. Daarenboven wordt televisiekijken nog vaak met andere activiteiten

gecombineerd zoals eten of stofzuigen. In kranten is er daarentegen meer plaats beschikbaar voor (rand)informatie en details. Men kan zelfs zeggen dat de volledige tekst van een nieuwsuitzending met enige goede wil afgedrukt kan worden op slechts één krantenpagina (Hooghe, 2005, p.9). Toch mogen we ook het belang van de geschreven pers niet overschatten: uit het onderzoek van Vandenbrande en Bauwens blijkt immers dat veel Vlamingen slechts oppervlakkig de krant lezen. Een groot deel van het lezerspubliek beperkt zich enkel tot het *scannen* van de titels en de koppen. ‘Van welke nieuwsbron de gebruiker nu al dan niet het meest onthoudt, is dus niet helemaal duidelijk, wel duidelijk is dat nieuws doorgaans vertrouwd wordt een correcte weergave te zijn van de werkelijkheid’ (Devroe, 2007, p.22).

En daar wringt juist het schoentje: al decennia lang tonen verschillende studies aan zoals ‘Social control in the newsroom’ van Breed of Ganz’ ‘Deciding what’s news’ (Paulussen, 2008) dat het nieuws geconstrueerd wordt. Het nieuws is een product van een sociaal proces waarbij de inbreng van journalisten van doorslaggevend belang is. Eerder dat het nieuws dé realiteit weergeeft brengt het maar één bepaalde versie van de realiteit (Burton, 2005, p.277). Toch geeft nieuws steevast de indruk objectief te zijn: de wijze waarop ze de wereld presenteert lijkt de enige correcte te zijn. Dit noemt Burton ‘het creëren van de illusie van objectiviteit’ (2005, p.294). Met behulp van het hanteren van een bepaalde nieuwstaal creëert het nieuws een aura van autoriteit en geloofwaardigheid en kent ze zichzelf macht toe. Absolute objectiviteit is echter onmogelijk. Allan ziet objectiviteit dan ook als ‘a professional ideal.’ (2004, p.22). Iedereen, ook journalisten leven immers binnen een bepaalde ideologische context die ze niet van zich af kunnen schudden. De bekende metafoer van Edward Murrow waarbij hij stelt dat het nieuws het best gezien wordt als een venster op de hele wereld, is dan ook achterhaald en te simplistisch. Niemand is immers waardenvrij en ziet de wereld op dezelfde manier. Johnson-Cartee stelt zelfs dat de opvatting dat mensen objectief kunnen zijn belachelijk is (2005, p.113). Hoewel de nieuwsmedia misschien als een venster op de eigen culturele gemeenschap in plaats van op de hele wereld kunnen genoemd worden, is er ook dan echter nog altijd sprake van vertekening (Hooghe, 2005, p.8). Journalisten geloven immers nog al te vaak dat ze slechts de feiten, objectief en onpartijdig weergeven zoals ze zich ook voordoen. ‘Classic examples of consummate self-deception, yet they remain widespread throughout the profession (Johnson-Cartee, 2005, p.76). Volgens Devroe komt het er dan ook op neer ‘dat we bij de analyse van nieuws ons bewust moeten zijn van de macht en controle die nieuwsinstututen uitoefenen, maar ook van het feit dat diezelfde nieuwsinstututen, alhoewel misschien minder vaak, de machtsrelaties in vraag stellen en van de autonomie en individualiteit van de nieuwsgebruiker bij het lezen van nieuwsboodschappen’ (2007, p.23)

1.3 Het concept representatie & beeldvorming

Dat het concept representatie binnen het nieuws een centrale rol speelt, staat vast. Over de precieze inhoud en draagwijdte van de term, daarover is er binnen de academische wereld minder eensgezindheid. Zo schrijft Burton dat ‘the idea of representation is central to understanding the production of meaning through texts. Texts are nothing but representations in both a material and an ideological sense’ (2005, p.61). Zowel krantenberichten als televisiejournaals kunnen we elk als een tekst beschouwen. In deze teksten worden voortdurend representaties van mannen, vrouwen, kinderen enzovoort geproduceerd. Net zoals het nieuws slechts een versie is van de werkelijkheid, moeten we ons ook hier de vraag stellen in hoeverre deze representaties overeenstemmen met de werkelijkheid (Devroe, 2007, p.21). Via het proces van ‘naturalization’ wordt het immers als vanzelfsprekend en natuurlijk gezien dat een bepaalde sociale groep züs of zo wordt gerepresenteerd en niet anders. Op deze manier ondersteunt het proces van naturalisatie de kritiekloze aanvaarding van de attitudes en opvattingen van de heersende ideologie. Zo stelt Burton dat ‘representations tend to reflect the ideological positions of the times in which they are created’ (2005, p.63).

Stuart Hall definieert de term ‘representatie’ als ‘the production of the meaning of the concepts and language which enables us to refer to either the real world of objects and people or indeed to imaginary worlds of fictional objects and people (2004, p.17). Aan de hand van de sociaal constructivistische visie stelt hij dat er naast representaties een echte wereld bestaat maar we kunnen enkel door het gebruik van representaties daar betekenis aan geven (2004, p.25). Bij het proces van representatie wordt dus niet zozeer de werkelijkheid weergegeven maar eerder een eigen realiteit geschapen. Niet iedereen deelt deze opvatting: zoals blijkt uit het literatuuronderzoek van Devroe in haar onderzoeksrapport wordt de term ‘representatie’ doorgaans op een veel ‘neutralere manier’ gehanteerd. Representatie is dan louter de voorstelling van een bepaald iets. Of een categorie al dan niet correct wordt weergegeven, is onmogelijk perfect vast te stellen. ‘Op deze wijze kunnen onderzoekers echter wel uitspraken doen over de accuraatheid, de richting en de rechtvaardigheid van representatie’ (in: Devroe, 2007, p.27).

Nauw verbonden met ‘representatie’ is de term ‘beeldvorming’. Volgens Huijbers en Buijssen is beeldvorming een automatisch en onbewust proces waarbij we een coherent geheel van opvattingen en gevoelens opbouwen rond een categorie personen zoals mannen, vrouwen, gehandicapten en senioren (in: Van Steenberge, 2000, p.33). We vormen over deze categorieën personen een mentaal beeld op basis van zowel onze eigen ervaringen als op basis van beelden die door de nieuwsmedia worden getoond. Deze mediabeelden worden vervolgens afgewogen tegenover het beeld dat we van deze categorie al hadden via de eigen opvattingen en meningen. Of zoals Smelik (1999, p.5) betoogt, ontstaat er een complexe wisselwerking tussen de mentale beelden in ons hoofd en de materiële

beelden om ons heen. Zij onderscheidt in dit proces 3 niveaus. Via beelden en teksten, de materialiteit (1) ontstaan er mentale beelden (2) die op hun beurt een mogelijke verandering teweegbrengt in de mentale beeldvorming (3). Essentieel in de redenering van Smelik is de veronderstelling dat wat mensen denken voor een aanzienlijk deel wordt bepaald door de media.

Toch heerst er op dit vlak grote onduidelijkheid: of de beeldvorming van bepaalde groepen in de media de oorzaak, dan wel het gevolg is van het ontstaan van bepaalde ideeën bij de publieke opinie is nog steeds een actueel vraagstuk binnen de communicatiewetenschappen. Volgens Verstraeten (in: De Vleeschouwer, 2007) bepalen de media niet hoe mensen denken, wel waarover zij nadenken. Wat alleszins vaststaat, is dat beeldvorming een invloed heeft op de werkelijkheid en deze zelfs vorm geeft en kan resulteren in aangepast gedrag van individuen (Smelik, 1999, p.7).

1.4 Stereotypering van senioren in de media

Het is tot slot opvallend dat de media, al sinds de introductie van de term 'stereotype' in haar huidige betekenis door Walter Lippman vaak het verwijt krijgen bepaalde stereotyperingen te bevestigen en te verspreiden. (Pickering, 2001, p.1). De studie naar stereotypering, nauw verweven met de beeldvorming van sociale groepen, is dan ook een centraal onderzoeksveld binnen de communicatiewetenschappen. Zoals Pickering aangeeft is het daarbij noodzakelijk het verschil tussen een stereotype en een categorie te beklemtonen: hoewel beide termen elkaar kunnen overlappen, wegen de gelijkenissen niet op tegen de verschillen. Het hanteren van categorieën in denkschema's is essentieel om de wereld te ordenen en te organiseren. Ook stereotypen vormen een handig instrument om de wereld toegankelijker te maken, maar in tegenstelling tot categorieën zijn ze helemaal niet flexibel maar onveranderlijk. 'A stereotype is rather a fixed idea that accompanies the category.' (Allport, geciteerd in Pickering, 2001 p.28). Een stereotype leidt dan ook een erg taai leven (Smelik, 1999, p.24). Stereotyperingen van een sociale groep belemmeren daarenboven rationeel denken en zijn inaccuraat, omdat ze die groep als homogeen beschouwt. Er wordt geen rekening gehouden met individuele verschillen (Pickering, 2001, p.4). 'Zo wordt iemand niet als een individu gezien met persoonlijke opvattingen en eigenaardigheden maar als een lid van een homogene groep. Aan die groep worden dan bepaalde algemeen geldende eigenschappen toegedicht' (Smelik, 1999, p.27) Dit betekent niet dat stereotypen louter en alleen maar negatief kunnen zijn. Zo zien Servaes & Schakenbos in hun studie stereotypen als vereenvoudigde opvattingen over een bepaalde groep mensen. 'Stereotypen bevatten volgens hen een kern van waarheid die overgegeneraliseerd wordt.' (in: Devroe, 2007, p.24) De invulling kan echter zowel positief als negatief zijn. Het wordt pas problematisch wanneer aan de stereotypen waardenoordelen worden gekoppeld (Smelik, 1999, p.28).

Dit blijkt ook uit hoe senioren worden gestereotypeerd. Zo vroeg Hummert aan enkele respondenten de vraag 'Met wat associeert u een senior?'. De antwoorden categoriseerde hij in zijn multiple stereotypes perspectief in vier negatieve en drie positieve stereotypen. Golden ager (gezond, alert), Perfect grandparent (familiaal, zorgzaam) en John Wayne conservative (emotioneel) waren de positieve stereotypen. Severly impaired (verward, onverstaanbaar), Shrew-curmudgeon (koppig), Despondent (bang) en Recluse (stil, verlegen) waren de negatieve stereotypen (in: Turrekens, 2008, p.36). Ook in het werk *Ageism: stereotyping and prejudice against older persons* van Nelson (2002) wordt duidelijk dat senioren niet alleen vaak stereotiep worden voorgesteld maar ook dat deze stereotypen zowel negatief als positief kunnen zijn. De positieve attitudes wegen weliswaar niet op tegenover de negatieve: zo beschrijft Victor (in: Van Steenberge, 2000) zeven negatieve, nog steeds wijd verbreide stereotypen: oudere mensen zijn sociaal geïsoleerd (1), de meeste senioren verkeren in een slechte gezondheid (2), senioren zijn asexueel (3), ouderen kennen een dalend intelligentieniveau (4), ze potten al hun geld op (5), aan senioren kan men niets meer leren (6) en senioren zijn onaantrekkelijk (7).

De negatieve attitudes en opvattingen ten opzichte van senioren, louter gebaseerd op hun leeftijd, kan samengevat worden in de term ageïsme. Butler definieert deze term als 'a process of systematic stereotyping of and discrimination against people because they are old, just as racism and sexism accomplish this for skin color and gender. Old people are categorized as senile in thought & manner, old fashioned in morality and skills... Ageism allows the younger generations to see older people as different from themselves, thus they subtly cease to identify with their elders as human beings.' (geciteerd in: Turrekens, 2008, p.32)

1.5 Theorievorming rond ouder worden

De negatieve attitudes over ouder worden komen ook in de theorievorming over ouderdom tot uiting. Opvallend is wel dat de meer recent geformuleerde theorieën een iets positiever beeld schetsen. Een van de allereerste geformuleerde theorieën heet de 'disengagement' theorie, een centrale schakel in het onderzoek naar senioren. Deze theorie stelt ouder worden gelijk met een onvermijdelijke terugtrekking uit het sociale netwerk. Senioren zullen, aldus deze theorie, sociaal isolement verwelkomen, sociaal contact waar mogelijk mijden en zich daarin gelukkig voelen. Hoe ouder iemand wordt, hoe meer afstand hij van de maatschappij neemt en hoe meer de samenleving zich van hem verwijderd. (Schoenmakers & Breda, 2004 p.294)

De activiteitstheorie is een hevige reactie op de 'disengagement' theorie en positioneert zich

er dan ook diametraal tegenover. Deze recentere theorie veronderstelt dat de persoonlijke tevredenheid van mensen in de eerste plaats bepaald wordt door een positief zelfbeeld. Dat is dan op zijn beurt in grote mate afhankelijk van de al dan niet voortdurende en actieve participatie in verschillende rollen. Volgens de activiteitstheorie zijn dan ook alleen die ouderen gelukkig die actief zijn en nog vol in het leven staan.

Een laatste belangrijke theorie heet de ontwikkelingstheorie. De psychologische of de persoonlijkheidsaspecten van het ouder worden staan daarin centraal. Geslaagd ouder worden, is volgens deze theorie het resultaat van een geslaagd levenslang ontwikkelingsproces. Ouder worden bekijken aanhangers van deze stelling in het kader van een levenslange ontwikkeling en is in de eerste plaats een dynamisch proces. Hét uitgangspunt is dat alle personen, jong en oud, fundamenteel van elkaar verschillen. Iedere leeftijdsgroep houdt er een eigen persoonlijkheid en levensstijl op nahouden (in: Turrekens, 2008, Schoenmakers & Breda, 2004)).

Hoofdstuk 2: Stand van zaken in het onderzoek

2.1 Inleiding

De beeldvorming van senioren is al sinds de jaren 1970 voor verschillende sociologen en communicatiewetenschappers een vruchtbaar en interessant onderzoeksgebied. Sindsdien zijn er immers al heel wat studies verschenen die een antwoord hebben willen bieden op hoe senioren in de samenleving en in de massamedia worden voorgesteld. Sociologen hebben zich in de eerste plaats bezig gehouden met de representatie van senioren in de samenleving, communicatiewetenschappers spitsten zich toe op de beeldvorming van ouderen in de media. Beide onderzoeksvelden zijn echter nauw met elkaar verweven. De media kan immers de maatschappelijke opinie zowel reflecteren als beïnvloeden (Nelson, 2002, p.219). Het is dan ook niet verrassend dat de onderzoeksresultaten van sociologen en communicatiewetenschappers in dezelfde lijn liggen. Zo wijzen verschillende studies op de negatieve en vaak stereotiepe voorstelling van senioren door de samenleving en in kranten of op televisie.

2.2 Sociologische studies over senioren

De onderzoeksresultaten over de representatie van ouderen binnen de samenleving tonen immers aan dat veel mensen ouderdom associëren met sleur en verveling. Wat ooit gezien werd als een natuurlijk proces wordt nu als een sociaal probleem gezien (Nelson, 2002, p.3). Oud worden heeft een negatieve bijklank en wordt meestal ingekaderd in het deficitmodel. Dit model stelt dat verouderen een continue achteruitgang van lichamelijke en geestelijke vermogens inhoudt. Ook uit Vlaams onderzoek van onder meer Dooghe en Penninx blijkt dan dat mensen senioren doorgaans zien als een verzorgingsbehoevende groep met een grote mate van afhankelijkheid (Breda & Schoenmaekers, 2004, p.293). Marcoen komt tot dezelfde conclusie: ondanks dat hij verbetering ziet, blijft het beeld over ouderen in de samenleving negatief. Er is dan ook nood aan een ontwikkelingsmodel (Breda & Schoenmaekers, 2004, p. 294). Het recente standaardwerk *Ageism: stereotyping and prejudice against older persons*, verschenen in 2002, bevestigt de onderzoeksresultaten van deze Vlaamse studies: in de Westerse samenleving van de 21^e eeuw worden senioren nog steeds vaak gestereotypeerd.

Leeftijd is dan ook één van de eerste kenmerken die we van een persoon opmerken. Onbewust gaan we ons gedrag op de waargenomen leeftijd afstellen. Afhankelijk van de leeftijd en het geslacht kunnen deze stereotypingen echter zowel positief als negatief worden ingevuld: als vuistregel kan men stellen dat hoe ouder de senior wordt, hoe negatiever het beeld dat iemand heeft van een oudere. De 90- tot 100-jarigen hebben dan plots wel weer een positievere status (Kite & Wagner, 2002, p. 135). Senioren worden in de maatschappij dus niet alleen maar met negatieve aspecten geassocieerd maar evenzeer met positieve eigenschappen, hoewel nog niet in dezelfde mate (Kite & Wagner, 2002, p. 129). Een recente studie aan de Universiteit Amsterdam toont aan dat er nog heel wat misvattingen en vooroordelen bestaan met betrekking tot ouder worden: zo denkt 52 % van de Nederlanders ten onrechte dat de helft van de 65-plussers last heeft van eenzaamheid. Maar liefst 88 % van de Nederlanders gelooft ten onrechte dat sociale netwerken kleiner worden met het klimmen van de jaren. Een opvallende vaststelling uit het onderzoek is dat mensen die veel contact hebben met ouderen een positiever beeld hebben en minder last hebben van negatieve vooroordelen (<http://www.seniorenbarometer.nl/index.php/beeldvorming>).

2.3 Senioren en communicatief onderzoek

Welke rol de media hebben gespeeld en blijven spelen in de maatschappelijke stereotypering van senioren vormt voor communicatiewetenschappers een interessant vraagstuk. Er zijn dan ook een aanzienlijk aantal studies verschenen over de representatie van senioren in de verschillende media: televisiesoaps, advertenties in magazines, reclame op televisie, nieuwsberichten in kranten, het televisiejournaal, zelfs verjaardagskaarten zijn al het onderzoeksonderwerp geweest van studies naar de beeldvorming van senioren. Wat ons opviel, was dat in de zoektocht naar interessante literatuur op Communication Abstracts en andere databanken, het onderzoek zich kennelijk tot nu toe voornamelijk heeft toespitst op de beeldvorming van senioren in reclameadvertenties. Het is misschien dan ook niet toevallig dat er de afgelopen twee jaren twee masterproeven aan de Universiteit Gent zijn geschreven over dit thema (Turrekens, 2008; De Vleeschouwer, 2007) terwijl het al van 2000 geleden is dat er een student zich heeft gewaagd aan een onderzoek naar de representatie van senioren in het nieuws (Van Steenberge, 2000).

In de masterproeven van zowel Els Turrekens als van Leen Van Vleeschouwer worden de belangrijkste studies besproken in verband met de representatie van senioren in reclame. De studies, voornamelijk uitgevoerd in Angelsaksische landen, komen steeds tot dezelfde terugkomende conclusie: senioren zijn in reclameadvertenties, zowel op televisie als in magazines ondervertegenwoordigd. Vooral hoogbejaarden en vrouwen komen zelden tot nooit voor (onder meer: Ursic, 1986). Ook uit het empirische onderzoek zelf van Turrekens en Van Vleeschouwer blijkt dat binnen Vlaanderen senioren in tijdschriften zelden als model voor reclameadvertenties gebruikt worden. Positief is weliswaar 'dat het zeker niet slecht gesteld is met de beeldvorming van de senior in de Vlaamse magazines. In 2% van de advertenties wordt de senior eerder negatief voorgesteld. De beeldvorming is in 38% neutraal en in 59% van de advertenties vinden we een gunstige beeldvorming terug.' (Turrekens, 2008, p.80) Toch is er enige sprake van stereotypering: de senior wordt in Vlaamse reclameadvertenties vaak alleen, zonder vrienden afgebeeld. De stereotypering van de bejaarde als een sociaal geïsoleerd persoon wordt op deze manier ten dele bevestigd (De Vleeschouwer, 2007)

Studies die onderzocht hebben hoe senioren in fictionele programma's op televisie worden voorgesteld, komen tot dezelfde, steeds terugkerende conclusie: al sinds het onderzoek van Aranoff, uitgevoerd 1974 tot aan de recente studie van Bell is de algemene teneur dat senioren ondergerepresenteerd zijn in zowel soaps, tekenfilms als in (Amerikaanse) dramareeksen. Vooral vrouwelijke bejaarden zijn zelden tot nooit te zien in televisieprogramma's. De zichtbaarheid van senioren op televisie lag zelfs zo laag dat Davis in 1984 schreef over 'TV's boycott of old age' (Nelson, 2002, p. 219). De beeldvorming van senioren is echter doorheen de loop van het jarenlange onderzoek veranderd. Uit de eerste studies werd duidelijk dat senioren maar zelden positief voorgesteld werden (bijvoorbeeld Aranoff, 1974). Uit een recentere studie (Bell, 1992) blijkt daarentegen dat senioren gunstiger dan voorheen werden afgebeeld.

Studies naar de beeldvorming van senioren in de printmedia zijn zo mogelijk nog dunner bezaaid. We hebben dan ook nog geen duidelijk zicht op hoe ouderen voorgesteld worden in kranten. Het weinige bestaande onderzoek is daarenboven voornamelijk uitgevoerd in Amerika: in hoeverre deze onderzoeksresultaten opgaan voor Europa is dus maar de vraag. Vasyll en Wass hebben voor het eerst in 1993 de bevindingen van deze studies samengebundeld in een artikel. Ze komen tot de conclusie dat kranten weinig aandacht

schenken aan ouderen en indien toch, is er sprake van een negatieve stereotypering (Nelson, 2002, p.220). Senioren worden in kranten gemarginaliseerd. Zo blijkt uit een onderzoek van Wass in 1985 waarbij hij 236 edities van elf verschillende zondagskranten heeft onderzocht, dat minder dan 1% van de ruimte aan senioren worden besteed. Enkele jaren daarvoor, in 1982 kwamen Bucholz en Bynum tot hetzelfde besluit: op een totaal van 120 edities van twee kranten, gingen slechts 3% van de krantenberichten over ouderen (1982).

Ook het onderzoek in Vlaanderen staat op een laag pitje: in de in onze ogen diepgravende zoektocht naar literatuur hebben we slechts één studie gevonden. Zoals we al hebben aangehaald, is er immers in 2000 een onderzoek verschenen van de Universiteit Gent over de beeldvorming van senioren in kranten. De scriptie van Annelies Van Steenberge vormt hier de doorslag van. De onderzoeksresultaten tonen vergeleken met vorige studies echter wel een interessant verschil aan: zo zijn één op drie personen in krantenberichten en één op tien personen in het televisienieuws senioren. In het televisiejournaal zijn senioren weliswaar ondervetegenwoordigd, in de krant komt het aandeel van ouderen echter overeen met de werkelijkheid (Zie ook: De Clercq et al., 2000, p. 31)

Deel II Emprisch luik

Hoofdstuk 3: Inhoudsanalyse van nieuwsberichten in kranten. Motivatie

3.1 Opzet

Zoals uit de inleiding blijkt, hebben we er voor gekozen het empirische luik van deze studie in de eerste plaats aan de hand van een kwantitatieve inhoudsanalyse te onderzoeken. We vinden immers dat ons onderzoek, dat wil nagaan in hoeverre senioren voorkomen in de Vlaamse pers en hoe ze daarin worden voorgesteld, zich uitstekend leent voor dit onderzoeksdesign. Deze keuze brengt echter net zoals alle andere onderzoeksdesigns zowel voor- als nadelen met zich mee. Zo scoort een kwantitatieve inhoudsanalyse onder meer hoog op mate van validiteit, betrouwbaarheid en herhaalbaarheid, maar het gevaar bestaat dat de onderzoeker bij de constructie van het codeboek zijn eigen betekenissysteem oplegt. Daarenboven heeft de onderzoeker maar weinig ruimte om te interpreteren (Wester, 2006, p.122).

Om dit probleem uit de weg te ruimen, voegen we een weliswaar beperkt kwalitatief deel toe: hoe senioren in de Vlaamse pers worden voorgesteld, is immers niet zomaar te kwantificeren of objectief na te gaan. Een kwantitatieve inhoudsanalyse zou op deze cruciale vraag tekort schieten. Het is echter onmogelijk alle gecodeerde nieuwsberichten onder de loep te nemen en aandachtig te onderzoeken en te interpreteren. Een algemeen antwoord willen bieden op hoe bejaarden worden voorgesteld is dan ook te ambitieus. Met behulp van de gegevens die we hebben verzameld via het codeboek en de kwantitatieve inhoudsanalyse, hebben we echter besloten alle artikels over liefde en relaties kwalitatief te analyseren en te bespreken. Zo kunnen we wel uitspraken doen over hoe senioren worden voorgesteld met betrekking tot onder meer seksualiteit en of de pers het stereotype beeld van de eenzame senior bevestigt of ontkracht. Op deze manier kan een kwantitatieve en een kwalitatieve inhoudsanalyse in dit onderzoek als complementair beschouwd worden (Devroe, 2007, p.83).

3.2 Steekproef

Maar eer het zover is, is het van belang stil te staan bij de keuze en motivatie van de steekproef. Het is van belang dat de steekproef in functie staat van de probleemstelling en ons in staat stelt een antwoord te bieden op de onderzoeksvragen (Devroe, 2007, p.84). Er zijn voor steekproeftrekkingen

verschillende (vaak evenwaardige) ontwerpen: in het ene onderzoek kan een enkelvoudige aselecte steekproef de beste keuze zijn, in het andere opteert de communicatiewetenschapper misschien beter een gestratificeerde aselecte steekproef. Welke keuze de meest aangewezen is, hangt af van de doelstellingen en het vooropgestelde onderzoekskader van de studie. In deze masterproef, rekening houdend met wat we in vergelijkbare studies hebben gelezen, maken we een bewuste en weloverwogen selectie van de kranten die we zullen onderzoeken, eerder dan dat we het toeval laten bepalen. We maken gebruik van een selecte theoretische steekproef. Voor dit onderzoek is het noodzakelijk dat de steekproeftrekking een correcte, representatieve weergave is van de Vlaamse pers. Zo blijkt uit onderzoek dat we in Vlaanderen een tweedeling kunnen maken tussen de kwaliteitspers en de populaire pers (Hauttekeete, 2005, p. 54). De Morgen, De Standaard en De Tijd worden beschouwd als kwaliteitskranten. Het Laatste Nieuws, Het Nieuwsblad, Het Belang van Limburg en de Gazet van Antwerpen zijn populaire Vlaamse kranten. Bij de steekproeftrekking zullen we echter niet alleen rekening moeten houden met deze opdeling, de kranten die we onderzoeken moeten ook een voldoende bereik hebben. Tot slot is het bij de steekproeftrekking ook nuttig te onthouden dat de Vlaamse krantenmarkt de voorbije jaren heel geconcentreerd is geworden, waarbij redactionele samenwerking tussen verschillende kranten van een persgroep meer regel dan uitzondering is. Zo had de VUM tot voor kort vier verschillende krantentitels, maar de verschillen, zowel inhoudelijk als op het gebied van presentatie, tussen De Gentenaar, Het Volk en Het Nieuwsblad waren nauwelijks te merken (Raeymaeckers, 2008).

3.3 Materiaal

Met dit in het achterhoofd hebben we vier krantentitels geselecteerd: De Standaard en De Morgen als kwaliteitskranten, Het Volk en Het Laatste Nieuws als populaire kranten. Deze titels kunnen ook doorheen de onderzoeksperiode de hoogste verkoopscijfers voorleggen: zo halen Het Volk en Het Laatste Nieuws in het segment ‘populaire dagbladpers’ in 2003 een aandeel van 73% (www.cim.be). De Morgen en De Standaard halen in datzelfde jaar een aandeel van 76% binnen de kwaliteitspers. Uit de laatste gegevens (<http://www.cim.be/auth2007/nl/d/da/index.html>) blijkt dat deze machtsverhouding ook in 2008 wordt aangehouden. Een minpunt bij deze selectie is ons inziens dat deze vier kranten slechts door twee persgroepen worden uitgegeven: De Standaard en Het Volk door de Coreliogroep, Het Laatste Nieuws en De Morgen door de Persgroep. Concentra en de groep De Tijd zijn niet in de steekproef opgenomen.

Deze vier kranten onderzoeken we over een periode van negen jaar. Het onderzoek gaat van start in 2000 en eindigt in 2008. Omwille van praktische redenen analyseren we van elke krant slechts vijf jaren: naast het jaartal 2000 en 2008, bestuderen we de jaren 2002, 2004 en 2006. Het is echter

onmogelijk alle artikels rond senioren die in deze periode zijn verschenen exhaustief te onderzoeken. We moeten dan ook keuzes maken met behulp van kunstmatig geconstrueerde weken om bij de selectie van de edities geen vertekend beeld te krijgen. Wat vandaag verschijnt staat immers niet los van het nieuws van gisteren. Het is daarenboven noodzakelijk dat elke dag van de week even vaak onderzocht wordt. Zo zal er op maandag veel meer aandacht aan sport worden geschonken, verschijnt er woensdag meestal een cultuurkatern,...(Wester, 2006, p.128). We mogen dus zeker niet bijvoorbeeld enkel weekend- of dinsdagedities coderen. Kunstmatig geconstrueerde weken bieden hiervoor de oplossing. Concreet betekent dit dat we de maandag van de 3^e week van januari hebben geselecteerd, de dinsdag van de 3^e week van februari, de woensdag van de 3^e week van maart enzovoort. De keuze om steeds de 3^e week van de maand te selecteren is at random gebeurd via trekking van een papiertje. Elk jaar zal dus aan de hand van twee kunstmatige weken onderzocht worden. Dit is niet toevallig: volgens Lacy blijkt immers dat het krantennieuws al representatief is vanaf deze hoeveelheid onderzocht materiaal (in: Devroe, 2007, p.89). In totaal hebben we 240 kranten onder de loep genomen.

Een heikel punt in deze masterproef vormt de afbakening van de selectiecriteria. Welke artikels selecteren we, welke niet en belangrijk, waarom niet? Zoals we in de inleiding hebben geschreven, kiezen we er bewust voor geen artikels over senioren te selecteren die in de katern 'Sport' of 'Buitenland' staan. We wilden ons immers slechts toespitsen op het nieuws dat betrekking heeft op de Belgische senioren en onderzoeken hoe zij in de Vlaamse pers worden gerepresenteerd. Ook bijlages zoals de Jommekeskrant (Het Volk) of Jobat (De Standaard), overlijdensberichten of advertenties behoren niet tot het onderzoeksmateriaal. Dan nog bleef de vraag aan welke criteria de artikels moesten voldoen om opgenomen te worden. Eerder dan de werkwijze van Annelies Van Steenberge te gebruiken, hebben we gekozen zelf enkele (strengere en objectievere) selectiecriteria op te stellen: eerst en vooral omdat haar selectiecriteria volgens ons te arbeidsintensief zijn voor één persoon. Zo tracht ze bijvoorbeeld aan de hand van naamgegevens na te gaan of iemand ouder is dan 55 jaar of niet. Zoals de promotor aangaf is het een onmogelijke taak steeds via internet of via andere media op te zoeken welke leeftijd iemand heeft van het koningshuis, van de regering of van een vereniging telkens hij of zij vermeld wordt. Daarenboven vinden we haar werkwijze niet altijd even correct. Ging het om een niet-bekende senior, trachtte ze immers aan de hand van een aantal uiterlijke kenmerken (grijs haar, rimpels) de leeftijd te interpreteren van de afgebeelde persoon. Dit lijkt nogal natte vingerwerk en leidt volgens ons onvermijdelijk tot vertekende onderzoeksresultaten.

We hebben twee selectiecriteria opgesteld: eerst en vooral nemen we enkel die nieuwsberichten op waarin de geboortedatum of de leeftijd van een persoon expliciet wordt vermeld, die 65 jaar of ouder is. Hoe oud iemand exact is, wordt weliswaar niet altijd even consequent vermeld en hangt ongetwijfeld ook af van journalist tot journalist en van redactie tot redactie. Toch hebben we tijdens

het coderen geen noemenswaardige verschillen gemerkt tussen de onderzochte kranten. Als regel kan gelden dat geen enkele redactie steeds of nooit de leeftijd vermeldt van een persoon in een artikel. Wat opvalt, is dat de leeftijd van onder meer Bekende Vlamingen en politici minder vaak expliciet wordt vermeld dan de leeftijd van niet-bekende personen. Dit is volgens ons logisch: het is niet informatief noch prettig voor de lezer om steeds, elke dag opnieuw, de leeftijd van de Vlaamse minister-president of de premier te lezen. Bij een niet-bekende persoon is de leeftijd vaak één van de enige kenmerken die men als journalist aan de lezers kan meedelen. Hiermee moeten we rekening houden.

Niet alle artikels in een krant zijn toegespitst op individuen. Soms vormt ook een groep in zijn geheel het onderwerp van een krantenartikel. Om deze reden voegen we een tweede selectie criterium toe. Niet de expliciete vermelding van de leeftijd of de geboortedatum is hier van doorslaggevend belang, wel het voorkomen van één of meerdere specifieke woorden in een artikel. ‘Senioren’, ‘bejaarden’, ‘65-plussers’, ‘ouderen’ en ‘gepensioneerden’ waren de termen waarop we ons concentreerden. Aangezien het goed mogelijk was dat deze lijst niet exhaustief is en naarmate het onderzoek vorderde, we andere termen konden tegenkomen, hebben we ons niet al van tevoren beperkt tot deze woorden. We hielden er rekening mee dat de lijst nog uitgebreid kon worden. Zo kwamen we enkele malen de term ‘grootouders’ en ‘grijsaards’ tegen. Deze woorden laten wel enige ruimte open voor twijfel: niet iedereen die grootouder is, is al 65 jaar. De term grijsaards is een term met een specifieke connotatie. Indien we uit het artikel niet onweerlegbaar konden vaststellen dat de ‘grootouders’ of ‘grijsaards’ waarvan sprake was in het artikel 65 jaar of ouder waren, werden de artikels niet opgenomen.

3.4 Hypothesen

De formulering van de hypothesen neemt binnen het empirische luik een belangrijke plaats in. Dit vormt, zo kan men argumenteren, het begin- en eindpunt van het daadwerkelijke onderzoek: de hypothesen moeten immers bij het ontwikkelen van het codeboek al vast liggen opdat dit meetinstrument in staat kan zijn de hypothesen te bevestigen of te ontcrachten. Ook bij het algemene besluit dient de onderzoeker zijn bevindingen te koppelen aan de naar voren gebrachte hypothesen. We hebben dan ook voor deze studie betrekkelijk lang stil gestaan bij het vinden en het formuleren van de hypothesen. We wilden daarbij zowel rekening houden met de conclusies uit vergelijkbare studies, als zelf nieuwe hypothesen naar voren brengen. Uiteindelijk onderzoeken we in deze masterproef 5 hypothesen.

Onze eerste hypothese stelt dat senioren binnen de printmedia ondervertegenwoordigd zijn. Uit de literatuur blijkt immers steeds opnieuw dat senioren in kranten een marginale rol spelen (Wass, 1985; Bynum & Bucholz, 1982). Belangrijk echter is dat deze conclusie naar voren komt in studies die geen

Vlaamse kranten hebben geanalyseerd. Annelies Van Steenberghe die als eerste uitvoerig de printmedia binnen Vlaanderen heeft onderzocht in haar masterproef in 2000, komt tot een heel ander besluit: een derde van alle personen die in een krant staan behoren tot de groep senioren. Ze definieert een senior wel als een persoon die ouder is dan 55 jaar. In welke mate onze onderzoeksresultaten overeenstemmen met de bevindingen van Annelies Van Steenberghe, dan wel met andere niet-Vlaams getinte studies is dan ook een interessant en noodzakelijk te beantwoorden vraagstuk.

Onze tweede hypothese is een uitbreiding op de eerste en bestaat uit drie delen. De hypothese stelt allereerst dat vrouwelijke senioren beduidend minder vaak aan bod komen in kranten dan mannelijke senioren. Verschillende studies (Wass, 1985; De Clercq et al., 2000, p.28) hebben dit aangetoond maar het blijft de vraag in hoeverre dit opgaat voor onze studie. Ten tweede gaan we er in de hypothese ook van uit dat kranten nauwelijks berichten over allochtone senioren. We baseren ons hier in de eerste plaats op het onderzoeksrapport van Ilse Devroe (2007). Tot slot stellen we dat hoogbejaarde senioren, die 80 jaar of ouder zijn, zelden het nieuws halen. Deze hypothese kan niet steunen op specifieke literatuur. Uit de masterproef van Turrekens blijkt wel dat hoe ouder een senior wordt, hoe minder kans hij of zij heeft om afgebeeld te worden in een advertentie (2008, p.61).

De derde hypothese stelt dat kranten met een ouder leespubliek meer aandacht schenken aan senioren dan kranten met een jonger doelpubliek. Deze hypothese wordt, voor zover wij hebben na kunnen gaan, verrassend genoeg nergens in de literatuur geponeerd en hebben we zelf opgesteld naar aanleiding van een presentatie van Nadine Van Rensbergen (2005). In de presentatie toont ze aan dat de krant Het Volk op het einde van haar bestaan voor meer dan 50% bestond uit lezers die ouder zijn dan 65 jaar. Met behulp van de gegevens verkregen via de researchafdeling van de Corelio-groep kunnen we nagaan wat de demografische kenmerken zijn van het lezerspubliek van de vier geselecteerde kranten en de hypothese toetsen. Bij de toetsing van deze hypothese is het echter ook van belang rekening te houden met andere factoren en mogen we niet zomaar uitgaan van een causale relatie tussen het lezerspubliek en de inhoud.

Bij de vierde hypothese willen we niet langer meer de veronderstelde ondervertegenwoordiging van senioren in de kranten toetsen, wel hoe bejaarden worden gerepresenteerd in de Vlaamse pers. Uit de studie van Annelies Van Steenberghe blijkt dat senioren opvallend vaak afgebeeld worden als slachtoffers. Volgens haar onderzoeksresultaten wordt in Vlaamse kranten meer dan 1 op de 3 senioren gevictimiseerd. We wilden in onze studie deze interessante vaststelling toetsen. Daarenboven proberen we deze hypothese uit te breiden. Uit andere studies blijkt immers dat senioren heel vaak stereotiep worden voorgesteld, als personen die weinig ondernemen en zelden in actie schieten, niet alleen in kranten maar ook op het televisiejournaal en in dramaserieën. We willen dan ook nagaan of de hypothese die stelt dat ouderen zelden actief worden voorgesteld, voor dit onderzoek opgaat.

De vijfde en laatste hypothese van deze masterproef stelt dat kranten senioren afbeelden als eenzame, aseksuele personen, met weinig intieme contacten. Deze hypothese kan niet op specifieke literatuur berusten. Uit heel wat (sociologische) studies blijkt echter wel dat dit het vaak ontrechte beeld is dat heel wat mensen hebben over senioren. Zonder dat we de fout willen begaan de media een te centrale rol toe te kennen, vragen we ons af in hoeverre media dit stereotiepe beeld voedt of misschien juist ontkracht.

3.5 Codeboek

Een volgende stap in het onderzoek is de aanzet tot het ontwikkelen van het meetinstrument. Binnen de kwantitatieve inhoudsanalyse vormt het codeboek het aangewezen meetinstrument. Daarin moet precies staan opgegeven hoe men een bepaalde (tel-, context-) eenheid moet onderscheiden, wanneer van een bepaald kenmerk sprake is...(Wester, 2006, p.129). Wat moet de codeur doen en in welke volgorde staat met andere woorden centraal in het codeboek. Bij het opstellen van een codeboek en het registreren van de analyse-eenheid moeten we zowel aandacht schenken aan de aanwezigheid van variabelen op het niveau van de krantenartikels (hoeveel artikels, welke thema's...) als op het niveau van de personen die in een artikel voorkomen (Van Steenberge, 2000, p.13). We zullen zo onder meer in het codeboek plaats moeten maken voor de registratie betreffende de plaats van het artikel, de vorm van het artikel, het aantal afgebeelde personen, de leeftijd van de senioren, de naam van de krant... Het is hierbij natuurlijk van belang dat het codeboek zo is opgesteld dat het kwantificering toelaat.

Met behulp van het codeboek van zowel Ilse Devroe als van Annelies Van Steenberge is het volgens ons mogelijk een aangepast codeboek op te stellen op maat van dit onderzoek om de vooropgestelde hypothesen kan toetsen. We hebben in totaal 16 variabelen opgenomen.

01: Krant. In welke krant staat het artikel. De vier geselecteerde kranten zijn (1) De Standaard, (2) De Morgen, (3) Het Laatste Nieuws en (4) Het Volk. Sinds 10 mei 2006 is de krant Het Volk volledig opgegaan in Het Nieuwsblad. Vanaf de editie van vrijdag 19 mei 2006, die opgenomen is de kunstmatig geconstrueerde week, analyseren we noodgedwongen Het Nieuwsblad.

02: Titel. Een stringvariabele. De titel van het artikel wordt voluit geschreven.

03: Datum. Deze variabele laat in de eerste plaats toe het artikel bij het kwalitatieve deel snel terug te vinden. In cijfers. De editie van 15 april 2000 wordt zo 15/04/2000. Weekendedities krijgen de datum

van de zaterdag, wanneer de krant verschijnt. Ook op feestdagen, wanneer de krant voor twee dagen verschijnt, nemen we bij de codering de dag voor de feestdag (Devroe, 2007, p.187).

04. Paginanummer van het artikel. Deze variabele hebben we opgenomen om de artikels tijdens het kwalitatieve luik gemakkelijk en snel terug te vinden.

05. Jaartal. In welk jaar is het artikel verschenen. Deze variabele laat toe om evoluties over tijd te bemerken. We hebben de vier kranten onderzocht in (1) 2000, (2) 2002, (3) 2004, (4) 2006 en (5) 2008.

06. Plaats van het artikel. Waar het artikel staat in de krant, vertelt vaak iets over de draagwijdte van de inhoud van het artikel. Hoe belangrijker het nieuwsbericht, hoe meer het vooraan in de krant staat. Zo kan een artikel op (1) de voorpagina staan, (2) in de katern Binnenland, (3) in de katern Regio of (4) in een andere katern (met precisering). We wilden deze variabele niet te uitgebreid maken aangezien er nogal wat verscheidenheid bestaat tussen de verschillende kranten. Dit hield het gevaar in dat men bij het onderzoek appelen met peren gaat vergelijken.

07. Grootte van het artikel. We gaan er van uit dat hoe groter een artikel is, hoe meer het in het oog springt van de lezer. 'Deze variabele meet het belang van het artikel o.b.v. de grootte' (Devroe, 2007, p.187). De grootte van het artikel kan gaan van (1) 1 krantenpagina, (2) 1/2^e krantenpagina, (3) 1/4^e krantenpagina, (4) 1/8^e krantenpagina tot (5) 1/16^e krantenpagina. Met behulp van een transparant waarop de respectievelijke groottes zijn aangebracht, is dit gemakkelijk en accuraat na te gaan. Tijdens de onderzoeksperiode zijn alle geselecteerde kranten overgestapt naar een kleiner formaat: Sinds 3 oktober 2005 verschijnt Het Volk samen met Het Nieuwsblad op tabloidformaat. De krant De Standaard wordt sinds 8 maart 2006 op dit formaat gedrukt. De Morgen volgt op 25 april 2006. Het Laatste Nieuws tot slot verschijnt sinds 22 januari 2008 in dit formaat.

08.1 Foto. Is er een foto aanwezig bij het artikel. Het al dan niet plaatsen van een foto bij een nieuwsbericht is een indicator voor het belang van dat artikel. In deze variabele zijn er maar twee antwoordcategorieën mogelijk: (1) Aanwezig of (2) Niet aanwezig. Is er geen foto toegevoegd, gaan we direct verder met variabele 09.

08.2 FotoSenior. Via deze variabele gaan we na hoe vaak er ten minste één senior is afgebeeld op de foto. Het is echter niet altijd even duidelijk of de persoon op de foto 65 jaar of ouder is (al dan niet met behulp van de tekst). De antwoordmogelijkheden bestaan uit (0) Niet van toepassing, (1) Senior(en) afgebeeld of (2) Niet af te leiden. Indien we niet kunnen besluiten dat er ten minste één senior is voorgesteld, gaan we direct verder met variabele 09.

08.3 FotoGeslacht. Via de variabelen 08.3 tot en met 08.5 proberen we meer te weten te komen over de senior(en) die afgebeeld is / zijn op de foto. Eerst en vooral gaan we na wat het geslacht is van de senior. De keuze bestaat tussen (0) Niet van toepassing, (1) Oudere man afgebeeld, (2) Oudere vrouw afgebeeld of (3) Zowel oudere man als oudere vrouw afgebeeld.

08.4 FotoKwantiteit. In deze variabele gaan we na hoeveel senioren er zijn afgebeeld. We wilden immers onder meer aan de hand van deze variabele te weten komen of senioren vaak als een groep worden voorgesteld. Er bestaan drie antwoordmogelijkheden: (0) Niet van toepassing, (1) 1 senior afgebeeld, (2) 2 tot en met 3 senioren afgebeeld en (3) 4 of meer senioren afgebeeld.

08.5 FotoEtniciteit. Wat is de etniciteit van de senioren die zijn afgebeeld op de foto. De antwoordmogelijkheden zijn (0) Niet van toepassing, (1) Autochtone senior afgebeeld, (2) Allochtone senior afgebeeld, (3) Zowel autochtone als allochtone senior afgebeeld en (4) Niet af te leiden. We gebruiken de methodologie van Devroe: in haar onderzoeksrapport onderscheidt ze in foto's allochtonen van autochtonen op basis van enerzijds niet-Westerse kledij (sluier, hoofddoek,...) of niet-Westerse handelingen (biddend op een matje tot Allah, rituele schapenslachten, moslimfeest). Anderzijds maakt ze ook een onderscheid met behulp van gelaatstrekken, het vernoemen van de naam, expliciete vermelding dat het gaat om een allochtoon of voorkennis (Devroe, 2007, p. 188-189)

09. Inhoudscategorie. Wat is het voornaamste onderwerp van het artikel. We maken een onderscheid tussen 16 inhoudscategorieën. Vijftien categorieën zijn ontleend aan de scriptie van Annelies Van Steenberge. Aangezien verschillende artikels die eerst in de restcategorie werden ondergebracht toch één en hetzelfde thema hebben, is er tijdens het coderen nog een zestiende categorie (Het verleden) toegevoegd.

(1) Werk, pensioenen, lonen. Alles wat onder meer te maken heeft met de pensioenregeling, bijklussende 65-plussers of het Zilverfonds worden in deze categorie opgenomen. Ook artikels over de toenemende vergrijzing en de invloed hiervan op de arbeidsmarkt,... horen in deze categorie thuis.

(2) Kinderzorg, opvang, grootouder zijn. De artikels waarin de rol van de senior als opa of oma of als zorgverstreckende centraal staat.

(3) Opleiding, bijscholing. Nieuwsberichten die focussen op een bepaalde vaardigheid (koken, zingen) die de senior zich eigen heeft gemaakt. De senior wordt hier afgebeeld als iemand die iets kan én doet. Ook artikels waarin senioren een nieuwe vaardigheid aanleren (surfen op het internet bijvoorbeeld) behoren tot deze categorie

(4) Liefde, relaties, seksualiteit, eenzaamheid. Artikels waarin het sociale netwerk van senioren centraal worden geplaatst. Ook berichten die nader focussen op het liefdesleven van senioren worden in deze categorie geplaatst.

- (5) Sociale sector, OCMW, welzijnszorg, rusthuizen. Artikels die zich toespitsen hoe senioren leven (kangoeroe-wonen, serviceflats) en in welke omstandigheden horen thuis in deze categorie.
- (6) Slachtofferrol. Artikels waarin de senior als slachtoffer centraal staat. Dit kan gaan van alle soorten ongevallen (CO2vergiftiging, verkeersongeluk, brand) over alle soorten (natuur)rampen tot elke vorm van geweldpleging (fysiek of psychisch) tegen senioren.
- (7) Geweldpleging door senioren. Nieuwsberichten over senioren die een misdaad begaan hebben en de gerechtelijke gevolgen daarvan. Ook processen en rechtszaken, net zoals controles op de uitvoering van de wet horen thuis in deze categorie (Devroe, 2007, p.187).
- (8) Religie, bedevaart. Artikels die handelen over religieuze zingeving, kerkbezoek, rituelen die men navolgt voor zijn geloof of bedevaartstochten plaatsen we hierin.
- (9) Macht, politiek, Bekende Vlamingen. Nieuwsberichten waarin invloedrijke, bekende senioren (bijvoorbeeld uit de politiek of de showbizz) de hoofdrol spelen (en die niet onder te brengen zijn in categorie 10, 11 of 12).
- (10) Overlijden. Artikels waarin het recente overlijden van een senior centraal staat. Wanneer een Bekende Vlaming overlijdt, wordt hij of zij in deze categorie ingedeeld.
- (11) Gezondheid, ziektes. Alles wat te maken heeft met de gezondheid van senioren, hoort thuis in deze categorie. Dit kan zowel een positieve invulling hebben (bijvoorbeeld 'bejaarden zijn steeds fitter') als een negatieve ('meer dementie bij senioren').
- (12) Wijze raad van ouderen. Artikels waarin aan senioren worden gevraagd wat hun mening is over bepaalde maatschappelijke tendenzen en welke oplossingen zij zien.
- (13) Vrijtijdsbesteding, amusement. Nieuwsberichten waarin senioren zich ontspannen, naar een cultuurevenement gaan (Rimpelrock), een feest organiseren...
- (14) Rechten senioren. Artikels die de rechten van senioren zoals gratis trein- en busvervoer centraal plaatsen.
- (15) Het verleden. Deze categorie hebben we niet teruggevonden in de scriptie van Annelies Van Steenberge. Hierin plaatsen we de nieuwsberichten waarin het centrale nieuwsonderwerp in de recente geschiedenis heeft plaatsgevonden en waarbij de senior in de eerste plaats fungeert als getuige van hoe het er toen aan toeging. (bijvoorbeeld Wereldoorlog II, Expo '58').
- (16) Andere. Onderwerpen die in geen enkele van de bovenstaande categorieën passen, brengen we in deze categorie onder.

10. Leeftijd. Vermeld. Wordt de leeftijd (of geboortedatum) van de senioren in het artikel (1) Expliciet vermeld of (2) Niet expliciet vermeld. Indien dit niet het geval is, gaan we meteen over naar variabele 12

11. Leeftijd. Wanneer in het artikel vermeld staat hoe oud één of meerdere senioren zijn, maken we een onderscheid tussen senioren die (1) jonger zijn dan 80 en (2) senioren die 80 of ouder zijn. Met

deze variabelen proberen we na te gaan of ook de alleroudsten in de maatschappij even vaak aan bod komen in de printmedia als de ‘jongere bejaarden’. We wilden de opdeling in leeftijdscategorieën niet te uitgebreid maken om het zo werkzaam mogelijk te houden. In de literatuur vonden we daarenboven vaak de tweedeling tussen senioren en hoogbejaarden (vanaf de leeftijd van 80 jaar). De keuze om een opdeling te maken tussen twee groepen en niet de leeftijd zelf te coderen (waardoor het meetniveau niet ordinaal is maar ratio) kan gemotiveerd worden door de vaststelling dat in heel wat nieuwsberichten de term ‘80-plussers’ gebruikt wordt. Hoewel de precieze leeftijd van de senioren aan de hand hiervan niet te bepalen is, spitsen deze artikels zich duidelijk wel alleen toe op de hoogbejaarden. Door een opdeling te maken, wilden we zo aan dit euvel tegemoetkomen. De term ‘65-plussers’ is in deze variabele niet opgenomen om evidente redenen: het is onmogelijk vast te stellen of de journalist met deze term alle senioren tracht aan te duiden, of slechts diegenen die tussen de 65 en de 80 jaar oud zijn.

12. Individuen. Over hoeveel senioren is er in het artikel sprake. Dit kan gaan van (1) Eén over (2) Twee of drie tot (3) Vier of meer. Indien het niet duidelijk is uit het artikel over hoeveel senioren het gaat, coderen we het onder de categorie (4) Niet af te leiden. Met deze variabelen wilden we nagaan of senioren als een groep worden afgebeeld of juist als afzonderlijke individuen.

13. Geslacht. Wat is het geslacht van de senior(en) waarvan sprake in het artikel. De mogelijkheden zijn (1) Man, (2) Vrouw, (3) Zowel man(nen) als vrouw(en) en (4) Niet af te leiden.

14. Etniciteit Vermeld. Wordt de etniciteit (of ras) van de senioren in het artikel (1) Expliciet vermeld of (2) Niet expliciet vermeld. Indien dit niet het geval is, gaan we meteen over naar variabele 16.

15. Etniciteit. Wanneer de etniciteit van de senior(en) waarvan sprake in het artikel expliciet wordt vermeld, maken we een onderscheid tussen (1) Autochtoon en (2) Allochtoon. Bij de vermelding van Arabische of Afrikaanse namen zoals Mohamed of Achmed werd het artikel gecodeerd als (2).

16.1 Reacties Senioren. Krijgen de senioren in het artikel de (1) Mogelijkheid om te reageren op de gebeurtenissen of (2) Geen mogelijkheid om te reageren. We wilden nagaan of senioren binnen kranten zelf aan het woord komen. Een voor de hand liggende vraag is dan welke senioren het woord krijgen in een artikel en welke niet. Daarom hebben we nog twee variabelen toegevoegd die hier verder op ingaan.

16.2 Reacties Geslacht. Wat is het geslacht van de senioren die in een nieuwsbericht aan het woord komen. De mogelijkheden zijn (0) Niet van toepassing, (1) Man, (2) Vrouw, (3) Zowel man als vrouw of (4) Niet af te leiden.

16.3. ReactiesEtniciteit. Wat is de etniciteit van de senioren die in een nieuwsbericht aan het woord komen. De mogelijkheden zijn (0) Niet van toepassing, (1) Autochtoon, (2) Allochtoon, (3) Zowel autochtoon als allochtoon of (4) Niet af te leiden. Bij de vermelding van Arabische of Afrikaanse namen zoals Mohamed of Achmed werd het artikel gecodeerd als (2).

Hoofdstuk 4: Inhoudsanalyse van nieuwsberichten in kranten. Resultaten

4.1 Inleiding

Om de voorgestelde hypothesen te toetsen, maken we gebruik van SPSS 17. Uit de dataset is het mogelijk om met behulp van dit programma en haar functies heel veel informatie te halen. Toch beperken we ons slechts tot datgene wat voor het onderzoek relevant is, namelijk tot datgene wat ons in staat stelt een antwoord te bieden op de vooropgestelde onderzoeksvragen. De SPSS-outputs zijn terug te vinden in de bijlage. In wat volgt hebben we het vaak over de af- en aanwezigheid van een significant verband. Dit betekent concreet dat als de significantie in de SPSS-outputs kleiner is dan 0,05 wij de nulhypothese (H_0 : er is geen significant verband tussen de 2 variabelen) verwerpen en de alternatieve hypothese (H_a : er is een significant verband tussen de 2 variabelen) aanvaarden.

Een significantie van 0,05 wil zeggen dat we in 5% van de gevallen de nulhypothese foutief verwerpen. Bij statistische significantie kijken we immers na welke kans we als onwaarschijnlijk klein beschouwen om door toeval bepaald te zijn. In deze masterproef zijn de variabelen meestal van nominaal en ordinaal niveau. Dit betekent dat we in de eerste plaats gebruik maken van Pearson Chi²-kruistabellen en de Mann Whitney-toets voor variabelen op ordinaal niveau. We moesten hierbij op een aantal voorwaarden letten. Bij een kruistabel mag zo maar maximaal 20% van alle cellen een verwachte frequentie hebben lager dan 5 en de minimum verwachte frequentie moet tenminste 1 zijn. Als er niet aan deze voorwaarden voldaan werd, gingen wij na of het zinvol was rijen en kolommen samen te voegen, om zo de kruistabel te kunnen interpreteren. Bij de Mann Whitney-toets was het belangrijk in het oog te houden dat we niet konden aangeven hoe groot precies het verschil.

4.2 Hypothese 1

Onze eerste hypothese stelt dat senioren in kranten ondervertegenwoordigd zijn. Uit de literatuur werd immers steeds opnieuw duidelijk dat senioren binnen de printmedia een marginale rol spelen (Bucholz & Bynum, 1982; Wass, 1985). Een belangrijke vaststelling is dat deze conclusie enkel maar naar voren komt in studies die geen Vlaamse kranten hebben geanalyseerd. Annelies Van Steenberghe die als eerste uitvoerig de printmedia binnen Vlaanderen heeft onderzocht in haar masterproef in 2000, komt dan ook tot een heel ander besluit: hoewel zij weliswaar senioren definieert als mensen vanaf 55 jaar, besluit ze dat één op de drie personen in een krant een senior is. In welke mate onze onderzoeksresultaten overeenstemmen met de bevindingen van Annelies Van Steenberghe, dan wel

met andere niet-Vlaams getinte studies is dan ook een interessant en noodzakelijk te beantwoorden vraagstuk. We moeten wel in het oog houden dat Annelies Van Steenberghe methodologisch anders tewerk is gegaan: ze legt in haar analyse de nadruk op het aantal ouderen dat in een krant voorkomt. Ze wil een antwoord bieden op de vraag hoeveel senioren, ouder dan 55, in een krant worden gerepresenteerd, zonder rekening te houden met het aantal nieuwsberichten waarin ze voorkomen. In deze studie wordt haar werkwijze niet gevolgd: we gaan immers na in hoeveel artikels senioren een rol spelen staan niet in de eerste plaats stil bij het aantal senioren er in elk van deze nieuwsberichten voorkomen.

Op deze manier zijn we 519 nieuwsberichten op het spoor gekomen waarin één of meerdere senioren een rol spelen. Om na te gaan of dit in de lijn van voorgaande studies ligt, is er nood aan vergelijkingsmateriaal. Eerder dan het (beperkte) aantal krantedities (240 in totaal, 60 per krant) als uitgangspunt te nemen, kiezen we zoals vorige onderzoeken ons materiaal af te zetten tegen het totale volume van het aantal nieuwsberichten binnen kranten (20175 nieuwsberichten in totaal). Met andere woorden betekent dit van alle geanalyseerde nieuwsberichten er 2.57% handelen over senioren. Dit ligt in de lijn van voorgaand onderzoek: uit een onderzoek van Wass in 1985 waarbij hij 236 edities van elf verschillende zondagskranten heeft onderzocht, blijkt dat minder dan 1% van de ruimte aan senioren worden besteed. Enkele jaren daarvoor, in 1982 kwamen Bucholz en Bynum tot hetzelfde besluit: op een totaal van 120 edities van twee kranten, gingen slechts 3% van de krantenberichten over ouderen. We moeten hierbij wel de nuance aanbrengen dat artikels die thuishoren in de katern 'Sport' of 'Buitenland', of in bijlagen zoals de Jommekeskrant of Jobat niet zijn opgenomen in de telling. Deze nieuwsberichten behoren immers al bij voorbaat niet tot het onderzoeksmateriaal.

De 519 nieuwsberichten zijn doorheen de onderzochte negen jaar gelijkmatig verspreid: in 2004 verschenen met 120 nieuwsberichten de meeste artikels over senioren, in 2008 verschenen met 88 nieuwsberichten de minste artikels. Via de Chi Square-toets merken we echter dat deze verschillen niet significant zijn ($p=0,235$).

Tot nu toe hebben we nog geen rekening gehouden met de grootte van de artikels. Toch vormt dit een belangrijke graadmeter om de hypothese te toetsen: of senioren al dan niet ondervertegenwoordigd zijn in kranten, hangt niet alleen af van het aantal nieuwsberichten dat over hen gaat, maar evenzeer (en misschien zelfs meer) van de omvang van de artikels. Het was echter niet haalbaar om het precieze aantal cm² van elk nieuwsbericht te bepalen. We hebben dan ook gebruik gemaakt van enkele vooraf bepaalde maten. Zo kan de omvang van een artikel variëren van 1 krantenpagina tot 1/16^e van een krantenpagina. Via de frequentieverdeling merken we dat de artikels die 1 krantenpagina in beslag nemen, in de minderheid zijn. Iets minder dan 10% van alle nieuwsberichten horen in deze categorie thuis. Korte nieuwsberichten zijn met 169 cases in de meerderheid: bijna 1 op de 3 artikels zijn slechts

1/16^e krantenpagina (of kleiner) groot. De mediaan is 1/8^e krantenartikel. Om na te gaan of deze waargenomen verdeling overeenkomt met de normaalverdeling, gebruiken we de Kolmogorov-Smirnov toets (Huizingh, 2006, p.310). Via de deze toets blijkt dat de onderlinge verschillen significant zijn ($p > 0,000$).

Uit deze gegevens blijkt dat senioren binnen kranten ondervetegenwoordigd worden: niet alleen komen ze maar in 2.57% van de artikels aan bod, daarenboven zijn deze nieuwsberichten vaak erg beperkt in omvang. Toch vervullen ook andere factoren zoals de plaats van het artikel en de aanwezigheid van een foto een belangrijke rol: deze variabelen zijn dan misschien niet zo doorslaggevend als de kwantiteit en de grootte van het artikel, ze laten wel toe de hypothese nauwkeuriger te toetsen. Kijken we eerst en vooral naar waar de nieuwsberichten over senioren zich bevinden, dan merken we dat 37 artikels (of 7.1%) op de voorpagina staan. Meer dan de helft van alle nieuwsberichten staan in de katern Binnenland, 126 bevinden zich in de katern Regio (niet alle edities hadden een katern Regio). 93 nieuwsberichten (of 17,9%) staan in een andere katern zoals Cultuur (Media) of Economie. Van de 240 geanalyseerde krantedities staan er bij 35 kranten een nieuwsbericht over 65-plussers op de voorpagina. Het is moeilijk deze cijfers te interpreteren: het is immers logisch dat slechts op een minderheid van de voorpagina's een nieuwsbericht over senioren staat, net zoals dat het evident is dat er meer artikels over ouderen in de katern Binnenland of Regio staan dan op de voorpagina. Toch kan men moeilijk beweren dat senioren vaak voorkomen op de voorpagina van een krant. Daarenboven zijn de artikels over 65-plussers op de voorpagina qua omvang beperkt. Slechts 3 nieuwsberichten nemen de helft van de voorpagina voor hun rekening. Van de 37 artikels zijn er 17 (45.9%) die slechts 1/16^e van een krantenpagina groot zijn. Ook deze verschillen zijn significant ($p = 0,003$).

Tot slot kijken we ook naar de aanwezigheid van foto's. We gaan er immers van uit dat een foto de aandacht van de lezer trekt en dat het plaatsen van een foto bij een nieuwsbericht dan ook de lezer er meer toe beweegt het artikel te lezen. In deze studie wordt er niet alleen gekeken of er bij het artikel een foto is geplaatst, maar ook of op de foto een senior is afgebeeld. De precieze omvang van de foto hebben we echter om praktische redenen niet berekend en opgenomen in de analyse. Uit de frequentietabel blijkt dat bij 64% van alle cases één of meerdere foto's zijn geplaatst. Op 322 foto's wordt er in de meerderheid (270 of 83,9%) van de gevallen een senior afgebeeld. In 3 gevallen was het niet mogelijk na te gaan of de afgebeelde persoon 65 jaar of ouder was. Indien we geen rekening houden met de nieuwsberichten over senioren die in omvang erg beperkt zijn (wat de toevoeging van een foto al op zich onmogelijk maakt), merken we zelfs dat de artikels over 65-plussers nog vaker vergezeld gaan van een passende afbeelding. Zo is er in 78.3% van de nieuwsberichten, die ten minste 1/8^e krantenpagina groot zijn, een foto toegevoegd. Dit cijfer moet gekaderd worden binnen de tabloidisering van de Vlaamse kranten doorheen de voorbije decennia. (Hauttekeete, 2005, p.220). Uit

onderzoek van Hauttekeete blijkt immers dat al in 2001 bij 67.0% van de artikels in De Standaard, bij 71.3% van de artikels in De Morgen, bij 80.4% van de artikels in Het Laatste Nieuws en bij 74.5% van de artikels in Het Volk een foto werd geplaatst (Hauttekeete, 2005, p.250). Dat er respectievelijk in 64% en 78% van de gevallen (afhankelijk van het selectie criterium) een foto wordt geplaatst bij een nieuwsbericht over senioren ligt dan ook in de lijn van de verwachtingen.

We kunnen ter besluit stellen dat onze hypothese bevestigd is: senioren worden in de Vlaamse pers ondervertegenwoordigd. Dit blijkt in onze ogen vooral uit het aantal artikels waarin 65-plussers een rol spelen en de grootte van deze nieuwsberichten. Slechts 2.57% van de artikels binnen kranten gaan over ouderen. Daarenboven is de overgrote meerderheid van deze nieuwsberichten beperkt in omvang (1/16^e krantenpagina of kleiner). Of kranten senioren vaak op de voorpagina plaatsen is moeilijk na te gaan en kan aan de hand van de methodologie die wij gebruiken niet beantwoord worden. Niettemin is het treffend dat ook de meeste berichten die hier staan, erg klein zijn. In hoeverre deze artikels worden opgemerkt door de lezer is maar de vraag. Uit het onderzoek blijkt wel dat de overgrote meerderheid van de berichten vergezeld wordt door een passende foto, waarop een senior te zien is.

4.3 Hypothese 2

Onze tweede hypothese is een uitbreiding op de eerste en bestaat uit drie delen. De hypothese stelt allereerst dat vrouwelijke senioren beduidend minder vaak aan bod komen in kranten dan mannelijke senioren. Hoewel er in werkelijkheid meer vrouwelijke dan mannelijke senioren bestaan, komt deze verhouding in de media helemaal niet tot uiting (De Clercq, 2000, p.27). Verschillende studies hebben dit aangetoond maar het blijft de vraag in hoeverre dit opgaat voor onze studie. Ten tweede gaan we er in de hypothese ook van uit dat kranten nauwelijks berichten over allochtone senioren. We baseren ons hier enerzijds op een studie van Wasyl (1985): bij de analyse van 236 edities van 11 zondagskranten kwam hij tot de vaststelling dat ouderen van etnische minderheden zelden aan bod kwamen in het nieuws. Anderzijds blijkt uit het onderzoeksrapport van Ilse Devroe (2007) onder meer dat allochtonen zelden aan het woord komen en vooral in verband met typische migrantenthema's en in verband met misdaad worden voorgesteld. Tot slot stellen we dat hoogbejaarde senioren, die 80 jaar of ouder zijn, in vergelijking met ouderen die tussen de 65 jaar en de 79 jaar oud zijn, veel minder het nieuws halen. We baseren ons hiervoor op de masterproef van Turrekens (2008, p.62) waarin staat dat hoe ouder een senior wordt, hoe minder kans hij of zij heeft om afgebeeld te worden in een advertentie. We willen nagaan in hoeverre dit ook opgaat voor nieuwsberichten.

Bij de analyse van de verhouding tussen mannen en vrouwen, zijn er ons inziens drie belangrijke graadmeters: we moeten nagaan wie er in het artikel wordt voorgesteld (Geslacht), wie er op de foto's

worden afgebeeld (FotoGeslacht) en wie er binnen de nieuwsberichten mag reageren (ReactiesGeslacht). De frequentietabellen van deze variabelen liggen steeds in dezelfde lijn: vrouwen komen in vergelijking met mannen minder aan bod, ze worden niet zo vaak afgebeeld en ze krijgen minder het woord. Rekening houdend met het feit dat heel wat nieuwsberichten zowel handelen over mannen als over vrouwen, zien we zo dat in 78.6% van de 519 cases mannen worden gerepresenteerd. Vrouwen komen in 57.2% van de nieuwsberichten die gaan over senioren aan bod. Ook op foto's komen mannen veel vaker voor dan vrouwen: in 198 (of in 73.6%) van de 269 foto's waarop één of meerdere senioren zijn afgebeeld, zien we een mannelijke senior. Bij vrouwen daalt dit aantal tot 131 of 48.7%. Het is niet verwonderlijk dat deze lijn wordt doorgetrokken als we kijken wie er in de nieuwsberichten mag reageren: aangezien er meer mannen aan bod komen in krantenartikels, volgt daar in onze ogen uit dat de kans dat ze worden gevraagd een reactie te geven hoger ligt dan bij vrouwen. In de 177 nieuwsberichten waarin senioren de mogelijkheid hebben te reageren, krijgen mannen in 52.5% van de gevallen alleen het woord. Vrouwen mogen in 33.9% van de nieuwsberichten alleen reageren. 24 keer komen zowel mannen als vrouwen aan het woord in een artikel. Deze verschillen zijn significant ($p > 0.000$). Aangezien ook de grootte van de artikels een belangrijke rol speelt in de mate van over- of ondervetegenwoordiging, hebben we via de Mann-Whitney toets nagegaan of artikels over mannelijke senioren verschillen qua grootte van de nieuwsberichten over vrouwelijke senioren. We hebben echter geen significant verschil vastgesteld ($p > 0.206$).

Dat vrouwelijke senioren statistisch significant ondervetegenwoordigd worden binnen kranten, blijkt dus niet alleen uit de literatuur, ook onze onderzoeksresultaten wijzen in deze richting. Toch merken we dat de resultaten van deze studie niet in de lijn liggen van voorgaand onderzoek. Zo lezen we in het onderzoeksrapport 'Oud is out?' (De Clercq, 2000, p.29) dat 80% van de senioren in de krant mannen zijn. Ook vroegere studies beklemtonen het enorme verschil dat er bestaat tussen het aantal keer dat mannelijke en vrouwelijke senioren worden afgebeeld. Wij vinden echter op basis van de gegevens, dat deze 'afwijking' niet buiten proportie is. In meer dan de helft van alle nieuwsberichten komen vrouwelijke senioren aan bod. Ook zien we in ongeveer de helft van de foto's die één of meerdere senioren afbeelden, een vrouw.

Over de representatie van senioren van etnische minderheden, kunnen we kort zijn: slechts in zeven nieuwsberichten (of 1.3%) komen allochtonen aan bod. In twee nieuwsberichten krijgen ze zelf het woord. Hoewel het niet mogelijk is om op een dergelijk beperkt aantal nieuwsberichten statistische toetsen uit te voeren, is het toch opvallend dat van deze 7 artikels er 3 behoren tot de inhoudscategorie 'geweldpleging door senioren'. Uit al deze gegevens blijkt dat de Vlaamse pers nauwelijks over allochtone senioren berichten. Het is niet verwonderlijk dat er dan ook heel wat misvattingen en vooroordelen bestaan over allochtone senioren. Zo zouden ze na een bepaalde leeftijd naar hun land van herkomst terugkeren en staan ze zagezegd afkerig tegenover professionele hulp en meestal op

mantelzorg kunnen rekenen. Toch vormen ze een niet te verwaarlozen groep: er leven ongeveer 40 000 allochtone senioren in Vlaanderen en Brussel. De komende jaren zal het aantal Italiaanse 60-plussers toenemen met 227%, de groep Marokkaanse 60-plussers zullen met 311% aanzwellen. (<http://www.vmc.be/detail.aspx?id=4344>)

Ook het derde deel van deze hypothese, die stelt dat senioren tussen de 65 en de 79 jaar veel meer aan bod komen in de Vlaamse pers dan 80-plussers, wordt bevestigd. In 383 cases wordt de leeftijd van één of meerdere senioren expliciet vermeld. In 64.8% van deze nieuwsberichten komen senioren, jonger dan 80 aan bod. 135 artikels berichten over hoogbejaarden. Dit verschil is significant ($p > 0,000$). Ook hier moeten we echter dezelfde opmerking maken als bij de verhouding vrouwelijke en mannelijke senioren: hoewel de onderlinge verschillen aanzienlijk zijn, kunnen we absoluut gezien niet beweren dat 80-plussers niet aan bod komen in nieuwsberichten. Wanneer de leeftijd van senioren expliciet wordt vermeld, zijn ongeveer 1 op de drie senioren 80 jaar of ouder. Dit mag niet verbazen: ook in de samenleving vormen 80-plussers, vergeleken met 65-plussers een minderheid. Gaan we via de Mann-Whitney toets na of artikels over hoogbejaarden qua grootte verschillen met artikels over senioren tussen de 65 en de 80, dan merken we geen significant verschil ($p = 0.271$)

Tot slot leek het ons interessant de variabelen geslacht en leeftijd aan elkaar te koppelen. Verschillen vrouwen en mannen voor wat betreft de leeftijd waarin ze in een krant worden voorgesteld. Via de Mann-Whitney toets (test variabele=leeftijd; grouping variabele=geslacht) zien we dat de verschillen significant zijn ($p = 0.01$). Vrouwen hebben een grotere kans om als 80-plusser afgebeeld te worden dan mannen. Hoe groot het verschil echter is, kunnen we niet afleiden uit de gegevens. De mannelijke jonge senior en de hoogbejaarde vrouw worden in de krant oververtegenwoordigd. Op zich hoeft dit niet te verwonderen: de verwachte leeftijd van vrouwen ligt hoger dan dat van mannen.

We kunnen concluderen dat alle delen van onze tweede hypothese bevestigd worden: zo hebben we vastgesteld dat vrouwelijke senioren in vergelijking met mannelijke 65-plussers minder aan bod komen. Vrouwen spelen in 57.2% van de artikels die handelen over senioren een rol, mannen in 78.2% van de nieuwsberichten. Mannen worden daarenboven ook meer voorgesteld op foto's en krijgen vaker de kans om te reageren. Over allochtone senioren berichten kranten nauwelijks. Komen senioren al nauwelijks aan bod in kranten, dan geldt dit des te meer voor allochtone senioren. Slechts in zeven nieuwsberichten komen we meer te weten over ouderen van etnische minderheden. Ook hoogbejaarden komen in vergelijking met de jongere senioren significant minder naar voor in kranten. Toch vinden we dat de zaken voor zowel de 80-plussers, als voor de vrouwelijke senioren niet geproblematiseerd mogen worden. Absoluut gezien komen beide groepen vaak aan bod: in 1 op de drie artikels waarin de leeftijd expliciet wordt vermeld van één of meerdere senioren wordt een 80-

plusser voorgesteld. In meer dan de helft van alle artikels is een vrouw gerepresenteerd. Allochtone senioren daarentegen worden volkomen verwaarloosd.

Hypothese 3

Onze derde hypothese stelt dat kranten met een oud(er) leespubliek meer aandacht schenken aan senioren dan kranten met een jonger publiek. Zoals reeds vermeld wordt deze hypothese voor zover wij hebben na kunnen gaan, verrassend genoeg nergens in de literatuur geponeerd. We hebben de hypothese opgesteld naar aanleiding van een presentatie van Nadine Van Rensbergen. In de presentatie toont ze aan dat de krant Het Volk op het einde van haar bestaan voor meer dan 50% bestond uit lezers die ouder zijn dan 65 jaar. Dankzij de Tactische Studie PERS 2007-2008, waarin het CIM het bereik van de verschillende perstitels meet en gegevens van de researchafdeling van Corelio, hebben we recente en accurate informatie over de structuur van het lezersbestand van de andere geselecteerde kranten.

We kijken eerst naar Het Volk (Het Nieuwsblad) en Het Laatste Nieuws, de kranten die over de negen jaar het meeste aandacht hebben geschonken aan senioren. Het lezerspubliek van Het Volk bestond tijdens de onderzochte periode voor de helft uit 65-plussers. Het Nieuwsblad waarin Het Volk is opgegaan haalde in de periode 2008-2009 22.4% van haar lezers uit de groep 65+ jaar. Opvallend, maar niet significant is de vaststelling dat in 2008 zelfs meer artikels over senioren verschenen zijn, dan in de voorgaande jaren: 44 tegenover 35 gemiddeld in de voorgaande jaren, terwijl het volume krantentitels over de jaren heen gelijk is gebleven. Het Laatste Nieuws, met 189 nieuwsberichten de krant die het meeste aandacht schenkt aan senioren, scoort bij 65-plussers slechter: maar 18.4% van het lezersbestand bestaat uit senioren.

Vergeleken met het lezersprofiel van de kranten De Standaard en De Morgen die met respectievelijk 72 en 74 nieuwsberichten over senioren duidelijk minder aandacht schenken aan 65-plussers, zien we geen duidelijke verschillen. Van alle lezers van De Standaard zijn er 18.3% ouder dan 65, bij De Morgen zijn er weliswaar maar 8.4% ouder dan 65. Het is opvallend dat er geen vaste lijn te merken is tussen het aantal krantenartikels en het lezersprofiel. Het Volk (de krant met de meeste lezers in de groep 65+) besteedt evenveel aandacht aan hen als Het Laatste Nieuws, een krant met veel minder 65-plussers als lezers. In Het Laatste Nieuws staan er wel veel meer artikels over bejaarden dan in De Standaard hoewel beide kranten procentueel gezien evenveel 65-plussers als lezers hebben (beide rond de 18.5%). In De Morgen tot slot staan er ongeveer even veel artikels over senioren dan in De Standaard, hoewel bejaarden hier maar 8.4% van het lezersprofiel uitmaken.

We moeten ook rekening houden met de grootte van de artikels. Via een kruistabel merken we dat de onderlinge verschillen tussen de kranten significant zijn (0.000). In De Morgen en De Standaard zijn het aantal artikels die 1 pagina groot zijn oververtegenwoordigd. In Het Laatste Nieuws en Het Volk zijn het echter de artikels kleiner dan 1/8^e krantenpagina die oververtegenwoordigd zijn.

Dat Het Volk en Het Laatste Nieuws meer aandacht schenken aan senioren dan De Standaard en De Morgen is onze ogen dan ook niet het gevolg van het daadwerkelijke lezerspubliek dat ze bereiken. Zo staan er in Het Laatste Nieuws veel meer nieuwsberichten over senioren dan in De Standaard, hoewel beide kranten procentueel beschouwd evenveel bejaarde lezers in hun rangen tellen. Volgens ons is het eerder het gevolg van de tweedeling tussen populaire en kwaliteitskranten. De Morgen en De Standaard besteden meer aandacht aan hard nieuws zoals (buitenlandse) politiek terwijl populaire kranten zoals Het Volk en Het Laatste Nieuws meer oog hebben voor human interest-verhalen. Daarenboven hebben De Standaard en De Morgen tijdens de onderzochte periode (enkele edities uitgezonderd) geen katern Regio. Juist in deze katern komen senioren vaak aan bod.

Hypothese 4

Bij de vierde hypothese willen we niet langer meer de veronderstelde ondervertegenwoordiging van senioren in de kranten toetsen, wel hoe bejaarden worden gerepresenteerd in de Vlaamse pers. Onze hypothese luidt dat senioren vaak als een slachtoffer worden voorgesteld en slechts zelden als actieve personen. Dit blijkt ook uit de studie van Annelies Van Steenberge. Volgens haar onderzoeksresultaten worden in Vlaamse kranten 1 op de 3 senioren gevictimiseerd. We willen in onze studie dan ook deze interessante vaststelling toetsen. Daarnaast horen en lezen we meer en meer in de media over ‘de actieve senioren die op reis gaan, een internetcursus volgen en samen naar een evenement gaan.’ We proberen dan ook na te gaan in welke mate senioren actief worden voorgesteld. Dit kunnen we met behulp van de variabele Inhoudscategorie toetsen: artikels die behoren tot een aantal van de 16 vooropgestelde inhoudscategorieën zoals (2) Kinderzorg, opvang, grootouder zijn, (3) Opleiding, bijscholing, (7) Geweldpleging door senioren, (12) Wijze raad van ouderen en (13) Vrije tijdsbesteding, amusement berichten immers over de senior als een persoon die iets kan én doet, over een vaardigheid beschikt die in het artikel zelf centraal staat. In artikels behorende tot deze categorieën worden de senioren actief voorgesteld.

We gaan eerst na in hoeverre senioren in de periode 2000-2008 worden voorgesteld als slachtoffers. Dit kan gaan van een slachtoffer van fysisch geweld tot het slachtoffer van een verkeersongeluk of een natuurramp. Uit de frequentietabel blijkt dat artikels behorende tot de inhoudscategorie (6) Slachtofferrol het talrijkste voorkomen. Van de 519 nieuwsberichten horen er 110 (of 21.2%) thuis in

deze categorie. De tweede grootste categorie (13) Vrije tijdsbesteding, amusement volgt met 51 nieuwsberichten. Toch moeten we het verschil tussen de categorie (6) Slachtofferrol met de rest nuanceren: zo moeten we in het oog houden dat van de 169 nieuwsberichten die 1/16^e krantenpagina groot zijn, er maar liefst 60 (of 35.5%) behoren tot de categorie (6) Slachtofferrol. Meer dan de helft van alle artikels waarin een senior wordt afgebeeld als slachtoffer zijn dus slechts 1/16^e krantenpagina groot. Daarenboven worden er bij artikels behorend tot deze categorie (onder meer om deontologische redenen) beduidend zelden een foto geplaatst.

We moeten natuurlijk ook nagaan wie er als slachtoffer wordt afgebeeld: Hiervoor is het eerst en vooral nodig een nieuwe variabele aan te maken. Dit kan via *Recode into different variabel*. Op deze manier is het mogelijk de waarde (6) Slachtofferrol uit de variabele Inhoudscategorie lichten en enkel voor deze waarde mogelijke verbanden met andere variabelen vast te stellen. Zo merken we een significant verschil op tussen mannelijke en vrouwelijke senioren. Van de 110 nieuwsberichten waarin senioren als een slachtoffer worden voorgesteld, gaan er 44 uitsluitend over vrouwen en 42 over mannen. In 24 artikels wordt er zowel een man als een vrouw in een slachtofferrol gerepresenteerd. Rekening houdend met de vaststelling dat mannelijke senioren vaker voorkomen in nieuwsberichten dan vrouwelijke senioren, zien we met behulp van een 2X2kruistabel en de Chi-kwadraattoets dat het aandeel van slachtoffers onder vrouwen veel groter is dan dat van slachtoffers onder mannen ($p > 0,000$). Ook de verhouding slachtoffers – leeftijd levert in onze ogen interessante resultaten op: via de Mann-Whitney toets merken we dat senioren die tussen de 65 en de 80 jaar oud zijn verhoudingsgewijs vaker voorgesteld worden als een slachtoffer dan 80-plussers ($p = 0,023$).

Een laatste belangrijke vraag is of er significante verschillen bestaan tussen de vier geselecteerde kranten: het kan immers zijn dat populaire kranten zoals Het Volk en Het Nieuwsblad veel meer nieuwsberichten over senioren plaatsen, niet in de eerste plaats omdat de artikels senioren centraal plaatsen maar wel omdat deze kranten vaker berichten over misdaden, ongelukken, ... waarin senioren nu eenmaal oververtegenwoordigd zijn. Aan de hand van een kruistabel en de Chikwadraattoets zien we echter dat er geen significante verschillen bestaan tussen de mate waarin de verschillende kranten over senioren als slachtoffers berichten ($p = 0.474$).

In het tweede deel van deze hypothese gaan we na in welke mate senioren actief worden voorgesteld. We maken hiervoor twee nieuwe variabelen aan. In de variabele Actief maken we een onderscheid tussen (0) Passief of neutraal voorgesteld en (1) Actief voorgesteld. De variabele Actief2 bestaat uit 6 categorieën: (0) Niet van toepassing, (1) Kinderzorg, opvang, grootouder zijn, (2) Opleiding, bijscholing, (3) Geweldpleging door senioren, (4) Wijze raad van ouderen en (5) Vrijtijdsbesteding, amusement. Uit deze variabelen blijkt dat 156 nieuwsberichten (of 30.1%) tot de inhoudscategorieën behoren die senioren als actieve personen representeren. Actieve senioren komen voornamelijk in de

categorie (5) Vrijtijdsbesteding, amusement aan bod: van alle nieuwsberichten horen er 9.8% thuis in deze categorie. (2) Opleiding, bijscholing en (3) Geweldpleging door senioren volgen met beide 7.3%. Het aandeel van de categorieën (1) Kinderzorg, opvang, grootouder zijn en (4) Wijze raad van ouderen is slechts respectievelijk 1.9% en 3.7%. We moeten de ondervertegenwoordiging van artikels waarin senioren actief worden voorgesteld relativeren. Net zoals bij het eerste deel van de hypothese is het immers nodig rekening te houden met de grootte van de nieuwsberichten. We zien aan de hand van de Mann-Whitney toets dat er een significant verschil ($p > 0,000$) tussen de grootte en de strekking van de nieuwsberichten. Artikels waarin senioren passief of neutraal worden voorgesteld zijn kleiner (hoewel niet duidelijk hoeveel) van omvang, zelfs wanneer er geen rekening wordt gehouden met de talloze kortberichtjes waarin senioren als slachtoffer worden afgebeeld.

We moeten ook nagaan wie de senioren zijn die de hoofdrol opeisen in deze artikels. Aan de hand van een kruistabel en met behulp van de Chikwadraattoets wordt het duidelijk dat het verschil tussen mannelijke en vrouwelijke senioren significant is ($p = 0,007$). Mannen komen zowel absoluut als relatief gezien meer aan bod in artikels die in een actieve inhoudscategorie thuishoren. Vrouwelijke senioren komen zelfs nooit voor in de inhoudscategorie (4) Wijze raad van ouderen. In de categorie (1) Kinderzorg, opvang, grootouder des te meer. Ook de verhouding actieve senioren – leeftijd is significant ($p = 0,047$): 80-plussers worden minder vaak actief voorgesteld dan jonge senioren.

Kijken we tot slot naar in hoeverre de geselecteerde kranten senioren actief voorstellen, dan merken we geen significante verschillen ($p = 0,696$).

Voor deze hypothese kunnen we enerzijds concluderen dat senioren binnen de Vlaamse pers erg vaak als slachtoffer voorgesteld worden: maar liefst 1 op de 5 nieuwsberichten over senioren behoort tot de categorie Slachtofferrol. Deze artikels zijn wel in de helft van de gevallen maar 1/16^e krantenpagina groot. Vooral vrouwen en senioren tussen de 65 en de 80 jaar worden het vaakst als slachtoffer gerepresenteerd. We hebben wel geen significant verschil opgemerkt tussen de verschillende kranten: zowel populaire als kwaliteitskrant representeren even vaak ouderen als slachtoffer.

Anderzijds (en in relatie met de voorgaande conclusie) zijn we tot de vaststelling gekomen dat senioren beduidend minder in een actieve rol aan bod komen in kranten. Slechts 1 op de 3 nieuwsberichten stellen senioren actief voor. Vooral de inhoudscategorie (13) Vrijtijdsbesteding, amusement is goed vertegenwoordigd. Senioren worden echter zelden als grootouders of als wijze raadgevers voorgesteld. We zien wel dat nieuwsberichten waarin senioren actief worden voorgesteld groter zijn dan een doorsnee-artikel over ouderen. Vooral mannen en jonge senioren komen aan bod als actieve senioren. Ook hier zien we geen significante verschillen tussen populaire en kwaliteitskranten.

Hypothese 5

In de vijfde en laatste hypothese van deze masterproef stellen we dat kranten senioren afbeelden als eenzame, asexuele personen. Ook al kunnen we voor deze hypothese niet steunen op specifieke literatuur, toch blijkt uit verschillende sociologische studies dat dit het beeld is dat heel wat mensen hebben over senioren. Uit een recente Nederlandse studie van de Volkskrant en de Universiteit Amsterdam wordt immers duidelijk dat er nog heel wat vooroordelen bestaan over senioren en hoe zij liefde en seks ervaren. Aan de ene kant overschatten Nederlanders hoe vaak eenzaam bejaarden zijn. Aan de andere kant onderschatten ze hoe vaak 65-plussers nog seks hebben. De cijfers spreken voor zich: 52 % van de Nederlanders denkt ten onrechte dat de helft van de 65-plussers last heeft van eenzaamheid, 59 % van de Nederlanders gelooft ten onrechte dat slechts een minderheid van de oudere paren nog regelmatig seksueel contact heeft en 88 % van de Nederlanders gelooft ten onrechte dat sociale netwerken kleiner worden met het klimmen van de jaren (<http://www.seniorenbarometer.nl/index.php/beeldvorming>). Ook andere –voornamelijk Angelsaksische- studies beklemtonen dat er nogal wat wijdverbreide stereotypes bestaan rond senioren en liefde: zo stellen twee van de zeven volgens Arthur meest verspreide stereotyperingen over senioren dat senioren niet alleen asexueel zijn, maar ook vaak sociaal geïsoleerd (Van Steenberge, 2000,p.36).

Hoe deze stereotypen ontstaan zijn en wat hun voedingsbodem vormt, is een vraag die hier niet centraal staat. Wel willen we nagaan hoe de printmedia senioren representeren als het gaat om nieuwsberichten waarin liefde en seksualiteit een centraal thema vormen. Zonder dat we de media een al te grote rol willen toekennen, blijkt immers dat voor veel mensen nieuwsmedia de belangrijkste bron van informatie is én dat we als mediagebruikers een groot vertrouwen stellen in de accuraatheid van deze media. Volgens Allan (2004) gaan mensen er dan ook van uit dat we met behulp van het nieuws een duidelijk en correct beeld krijgen van hoe het er in de wereld aan toe gaat.

Op basis hiervan hebben we de hypothese naar voren gebracht dat kranten senioren representeren als eenzaam, asexueel en sociaal geïsoleerd. Deze hypothese willen we in tegenstelling tot de vorige hypothesen niet langer meer kwantitatief toetsen maar wel met behulp van een kwalitatieve inhoudsanalyse: de vraag hoe senioren gerepresenteerd worden is immers niet zomaar te kwantificeren of in enkele meetbare variabelen te gieten.

Van de 519 cases (nieuwsberichten over senioren) behoren er 30 (5.6%) tot de categorie ‘liefde, seksualiteit en eenzaamheid.’ Aangezien het gaat om een beperkte hoeveelheid, was het mogelijk al deze nieuwsberichten kwalitatief te onderzoeken. Wat snel opviel bij de analyse van deze berichten, is dat van de dertig cases negentien nieuwsberichten verder onderverdeeld konden worden in twee zeer

homogene groepen. Enerzijds een omvangrijke groep van negentien artikels waarin de viering van een diamanten of gouden bruiloft centraal staat. Anderzijds bespreken zes nieuwsberichten de resultaten van een onderzoek over het seksgedrag bij 65-plussers.

Kijken we eerst en vooral naar de 13 artikels waarin de viering van een diamanten of gouden jubileum centraal staat, dan blijkt dat deze nieuwsberichten steeds volgens een welbepaalde structuur zijn opgesteld waarin het verleden de belangrijkste rol opeist. Hoe man en vrouw elkaar hebben ontmoet, wat de meest opvallende gebeurtenis tijdens hun huwelijk is geweest, hoeveel kinderen ze hebben en welk beroep ze hebben uitgeoefend: deze vragen worden doorheen het stuk uitgebreid beantwoord. Een antwoord op hoe het huwelijk nu verloopt en hoe ze na al die jaren de liefde ervaren, blijft de journalist schuldig. Naar het liefdesleven van de senioren vandaag wordt niet expliciet gepeild. De nadruk ligt nooit op het heden maar steeds op wat vroeger gebeurd lang geleden gebeurd is, alsof de liefde na zoveel jaar huwelijk verdwenen is, of toch alleszins geen rol meer speelt. Ook uit het neutrale, zakelijke woordgebruik valt er weinig af te leiden hoe het echtpaar vandaag met elkaar in het leven staat. ‘Dolverliefd, ‘gelukkig, ‘amoureuus’... Deze adjectieven worden in deze artikels nooit gebruikt.

Dit betekent weliswaar niet dat de journalisten oudere paren volkomen liefdeloos voorstellen. Voornamelijk op de foto’s, die meestal de grootste ruimte voor hun rekening nemen, wordt het gouden of diamanten echtpaar vaak stralend afgebeeld: met een glas champagne in de hand, een glimlachende man die een arm rond zijn vrouw slaat of haar een kus op de wang geeft. Het familiegeluk speelt een belangrijke rol: het echtpaar is op de foto zo goed als altijd omringd door de hele familie. Opvallend is dat het koppel vaak wordt gevraagd wat volgens hen de gouden formule is om lang en gelukkig met iemand samen te kunnen leven. De antwoorden zijn uiteenlopend: het ene seniorenkoppel zegt dat ‘je water bij de wijn moet doen’ (Het Laatste Nieuws, 15 februari 2000), volgens een ander echtpaar is respect voor elkaar de toverformule (Het Laatste Nieuws, 20 september 2000). Zo worden senioren voorgesteld als ervaringsdeskundigen over liefde, maar die zelf nog maar weinig liefde in hun relatie ervaren.

Zes artikels handelen over (een onderzoek naar) het seksleven van senioren. Al in de eerste regels van deze nieuwsberichten wordt het stereotiepe beeld van de aseksuele senior ontkracht: in de serie Misvattingen over de oudere mens in De Morgen (21 oktober 2006) lezen we: ‘Jong geleerd is oud gedaan: de zin in seks mag dan wel afnemen op latere leeftijd, verdwijnen doet hij niet. Zelfs 13% van de vrouwen hebben verhoogde interesse in seks. Oudere vrouwen hebben meer zin in seks dan vroeger werd aangenomen.’ In Het Volk en De Standaard wordt dit ‘senioren houden er een actief seksleven op na’ (20 april 2006). Het Laatste Nieuws heeft het over ‘50-plussers vinden seks belangrijk en zijn er verrassend open over’ (20 april 2006). De rest van de bevindingen van het onderzoek worden in

elke krant uitgebreid besproken: elk nieuwsbericht neemt op zijn minst een halve pagina in wat de journalisten de kans geeft enkele nuances toe te voegen. Hierbij benadrukken ze voornamelijk de seksuele problemen van senioren én de mogelijke oplossingen. Toch worden de senioren niet allemaal over dezelfde kam geschoren. Niet alle senioren kampen met seksuele problemen. Zo lezen we in Het Volk dat 'slechts de helft ooit seksuele problemen heeft gehad, door leeftijd, stress en relatieproblemen'. Ook de gevolgen van de seksuele problemen worden genuanceerd: 'ondanks mankementen blijken senioren tevreden over hun relatie'. Ruim 8 op de 10 heeft een partner en negentig procent zegt gelukkig te zijn als koppel, meer zelfs: 8 op de 10 zou dezelfde partner kiezen indien ze het allemaal konden overdoen (Het Laatste Nieuws, 20 april 2006).

Opvallend is dat enkel de krant Het Volk zelf senioren aan het woord laat in nieuwsberichten over seksualiteit bij 65-plussers. Daarin vertellen senioren opvallend openhartig over hun problemen, over de kwaliteit van hun seksleven en de verschillen met niet-senioren. Door hen de mogelijkheid te geven te reageren, is het artikel niet alleen maar een opsomming van de onderzoeksresultaten maar krijgt de lezer zo ook een meer persoonlijke inkijk in het seksleven van ouderen. De geïnterviewde senioren worden onder meer door het gebruik van gekleurd taalgebruik zoals in de zin 'ze laten gemiddeld één keer per week het bed kraken' of hun aanduiding als 'de actieve vleesgeworden senioren' voorgesteld als actieve personen, jong van geest en een groot relativiseringsvermogen

De nieuwsberichten die handelen over (het gebrek aan) sociale contacten bij senioren schetsen een gevarieerd beeld. In deze artikels verbloemen de journalisten niet dat heel wat senioren weinig sociale contacten hebben. Uit onderzoek blijkt immers dat Belgen boven 65 jaar hun familie, vrienden en burens steeds minder vaak zien. 'De sociale contacten van ouderen zijn afgenomen' (De Morgen, 15 april 2004). Binnen deze nieuwsberichten wordt echter steeds een belangrijke nuance aangebracht: dat senioren minder mensen zien dan vroeger oefent immers geen grote invloed uit op hun algemene tevredenheidsgevoel over het leven. Ouderen behouden daarenboven langer hun partner waardoor het aantal mensen daalt dat zich heel eenzaam voelt van 10% naar 8% nu. De sociale contacten kunnen dan wel beïnvloeden hoe eenzaam mensen zich voelen maar een vertrouwenspersoon hebben (meestal de levenspartner) maakt het grootste verschil. In een recenter nieuwsbericht lezen we zelfs expliciet dat uit cijfers van Vlaamse Regionale Indicatoren blijkt dat het beeld van de eenzame bejaarde niet opgaat. De uren die ze spenderen aan sociale contacten ligt zelfs aanzienlijk hoger dan bij het werkende deel van de bevolking (De Morgen, 17 juni 2006). De stereotype van dé eenzame senior wordt in de kranten zo voor een deel ontkracht: slechts een kleine minderheid van de senioren voelt zich eenzaam en daarenboven -zo blijkt uit verschillende nieuwsberichten- nemen ouderen vaak deel aan evenementen zoals Rimpelrock of volgen ze een cursus internet.

Tijdens de kwalitatieve inhoudsanalyse kwamen we echter ook één artikel op het spoor dat volledig focust op de eenzaamheid van de 80-plussers (Het Laatste Nieuws, 19 november 2004). In dramatische bewoordingen ('vergeten oudjes', '...even uit hun isolement gehaald worden', 'zodra je tachtig bent, begin je aan de eenzaamste jaren van je leven' of 'Ge zijt de eerste die deze week iets tegen me zegt') wordt het leven van hoogbejaarden als een eenzame calvarietocht voorgesteld: alleen de sporadische bezoeken van de vrijwilligers om een babbeltje te slaan, zijn de enige sociale contacten die hen nog rest. Elk bezoek eindigt dan ook met de zin 'Wanneer komt ge nog es terug?' De senioren worden op deze manier erg aanhankelijk gerepresenteerd. In de reportage schenkt de journalist ook geen aandacht aan mogelijke oorzaken (bijvoorbeeld de individualisering van de samenleving of de mobiliteit van hoogbejaarden) of andere oplossingen. Nergens in het artikel is er voor enige nuancering of verduidelijkende ruimte: alsof alle 80-plussers, zonder uitzondering, eenzaam zijn.

We kunnen besluiten dat kranten senioren in het algemeen niet stereotiep voorstellen wanneer het gaat om seksualiteit en eenzaamheid. De stereotype van de eenzame, asexuele bejaarde wordt soms zelfs (expliciet) ontkracht in nieuwsberichten. In onze ogen is er voorlopig wel geen sprake van effectieve beeldvorming: hoewel kranten de stereotiepe beeldvorming doorbreken, ontwikkelen ze zelf geen pluriforme beeldvorming van senioren (Smelik, 1999, p.10), door hen bijvoorbeeld vaak te portretteren binnen een vriendenkring of als actieve mensen met verschillende hobby's.

Ook liefde krijgt binnen nieuwsberichten over senioren zelden een plaats: zoals we hebben proberen aantonen, speelt liefde in artikels waarin een koppel een gouden of diamanten huwelijk viert nauwelijks een rol. Het verleden wordt altijd benadrukt en in de kijker gezet, nooit lezen we iets over hoe het koppel na al die jaren vandaag nog de liefde ervaart en de spanning er probeert in te houden. Twee reportages vertellen weliswaar het verhaal van een bejaarde man en vrouw die pas op late leeftijd verliefd op elkaar zijn geworden. In het ene geval wordt verliefd zijn op hoge leeftijd echter als een curiosum gezien: zo lezen we in De Morgen (21 oktober 2004) onder meer 'Niet alleen hun leeftijd maakt dit huwelijk bijzonder' en 'eenmaal de mensen wisten dat we een relatie hadden, ging dat nieuws rond als een lopend vuurtje. Het was dé sensatie van het dorp.' In het andere artikel wordt de hoge leeftijd van het paar als een mogelijke belemmering gezien op liefdesgeluk. Zo spreekt de journalist over een liefdesverhaal over liefde zonder leeftijd (Het Volk, 15 april 2004), alsof de liefde slechts kan bestaan indien er met de gevorderde leeftijd van het koppel geen rekening wordt gehouden.

Algemeen Besluit

Centraal in deze masterproef stond de representatie van senioren in de Vlaamse pers. We hebben een antwoord willen bieden op vragen zoals in welke mate 65-plussers aan bod komen in de printmedia binnen Vlaanderen en op welke manier ze dan voorgesteld worden. Dankzij de recente demografische en sociaal-economische veranderingen (vergrijzing, ontgroening, actieve senioren) en de vaststelling dat het onderzoek, zowel nationaal als internationaal, op een laag pitje staat, maakte van dit thema in onze ogen een interessant, actueel onderwerp. We hebben vier kranten geselecteerd (De Morgen, De Standaard, Het Nieuwsblad en Het Laatste Nieuws) waarvan we elk 60 edities hebben geanalyseerd over een periode van 9 jaar.

We hebben in deze kranten wel enkel de aandacht gevestigd op de nieuwsberichten zelf: advertenties en niet-redactionele bijlagen behoorden niet tot de analyse van het onderzoek. Ook sportnieuws en buitenlands nieuws zijn niet opgenomen, aangezien we ons beperkten tot de Belgische senioren. Uit de literatuurstudie werd duidelijk dat nieuws, ook al geeft het de indruk objectief te zijn steeds opnieuw geconstrueerd wordt door journalisten. Eerder dat het nieuws dé realiteit weergeeft brengt het maar één bepaalde versie van de realiteit (Burton, 2005, p. 280). Toch is het vertrouwen in de accuraatheid en juistheid ervan bij de mediaconsumenten enorm hoog. Wat ze over de wereld denken, wordt dan ook onder meer bepaald door de nieuwsmedia (Johnson-Cartee, 2005, p.17). Toch willen we de media een niet te centrale rol toekennen: in deze studie benaderden we het effect van de media volgens de sociaal constructivistische methode. Deze methode stelt dat de betekenis die de mediagebruiker toekent aan een mediaboodschap het gevolg is van de onderhandeling van het reeds bestaande referentiekader met de mediaboodschap (Turrekens, 2008, p.38).

Door de nadruk te leggen op het nieuws moesten we concepten zoals ‘representatie’, ‘beeldvorming’ en ‘stereotypering’ verduidelijken. Uit het literatuuronderzoek mag immers blijken dat binnen de nieuwsmedia voortdurend representaties van sociale groepen zoals senioren of immigranten geproduceerd worden. We vormen over deze groepen personen een mentaal beeld op basis van zowel onze eigen ervaringen als op basis van beelden die door de nieuwsmedia worden getoond. Deze mediabeelden worden vervolgens afgewogen tegenover het beeld dat we van deze categorie al hadden via de eigen opvattingen en meningen (Smelik, 1999, p.5). Het is hierbij opvallend dat een aantal groepen personen steeds opnieuw gestereotypeerd worden.

Bij stereotypering wordt iemand niet als een individu beschouwd met eigen opvattingen maar als een lid van een homogene groep waaraan bepaalde algemeen geldende eigenschappen toegeschreven worden (Pickering, 2001, p.4). Dit zien we vaak bij senioren: uit studies blijkt dat er heel wat

stereotypen en vooroordelen bestaan tegenover 65-plussers. Zo zouden ze allemaal dement zijn, weinig sociale contacten hebben... Literatuuronderzoek over de voorstelling van senioren toont aan dat de media jarenlang deze stereotypen bevestigd hebben: door senioren bijvoorbeeld vaak als een slachtoffer voor te stellen binnen nieuwsberichten, voeden ze het algemene stereotiepe beeld.

De belangrijkste (en steeds terugkerende) conclusie uit vorige studies is echter dat senioren ondervertegenwoordigd worden in kranten. Hun aandeel schommelt, naargelang het onderzoeksmateriaal en periode tussen de 1% en de 3% (Bucholz & Bynum, 1982; Wass, 1985). Enkel de onderzoeksresultaten van Annelies Van Steenberge (2000) vallen uit de toon: in haar scriptie besluit ze dat een derde van alle personen afgebeeld in kranten ouder zijn dan 55. Of onze onderzoeksresultaten in dezelfde lijn zouden liggen als haar bevindingen, was bij het begin van deze masterproef dan ook een belangrijke vraag.

Toch hebben we vergeleken met haar onderzoek wat betreft de methodologie enkele aanpassingen doorgevoerd. Zo hebben wij een senior gedefinieerd als iemand die 65 jaar of ouder is, in plaats van 55 jaar. Ook de selectiecriteria van de artikels zijn strakker geworden: in het nieuwsbericht moet de precieze leeftijd vermeld zijn van een senior, vooraleer het bericht gecodeerd wordt. Staat een hele groep in een nieuwsbericht centraal, dan selecteren we de artikels aan de hand van het al dan niet voorkomen van enkele termen waaronder '65-plussers', 'bejaarden' en 'gepensioneerden'.

Deze werkwijze stelde ons in staat de vooropgestelde hypothesen te toetsen aan de hand van een kwantitatieve en in beperkte mate een kwalitatieve inhoudsanalyse. In totaal hebben we vijf hypothesen opgesteld: de meeste hebben we ontleend aan andere studies, de hypothese die stelt dat hoe ouder het lezerspubliek is van een krant, hoe meer nieuwsberichten over senioren daarin verschijnen hebben we zelf naar voren geschoven.

De hypothese dat senioren binnen de Vlaamse pers worden ondervertegenwoordigd, wordt in het onderzoek bevestigd. Dit blijkt uit het beperkte aantal artikels waarin 65-plussers een rol spelen en de vaststelling dat deze nieuwsberichten erg beperkt in omvang zijn. Slechts 2.57% van de artikels binnen kranten gaan over ouderen. Daarenboven is de overgrote meerderheid van deze nieuwsberichten maar 1/16^e krantenpagina of kleiner omvangrijk. Artikels over senioren worden zelden op de voorpagina geplaatst. Gebeurt het toch, dan zijn de meeste berichten die hier staan, erg klein. In hoeverre deze artikels worden opgemerkt door de lezer is maar de vraag. Uit het onderzoek blijkt wel dat de overgrote meerderheid van de berichten vergezeld wordt door een passende foto, waarop een senior te zien is.

Alle drie de delen van de tweede hypothese wordt bevestigd: zo hebben we vastgesteld dat vrouwelijke senioren in vergelijking met mannelijke 65-plussers minder aan bod komen. Vrouwen spelen in 57.2% van de artikels die handelen over senioren een rol, mannen in 78.2% van de nieuwsberichten. Mannen worden daarenboven ook meer voorgesteld op foto's en krijgen vaker de kans om te reageren. Over allochtone senioren berichten kranten nauwelijks. Komen senioren al nauwelijks aan bod in kranten, dan geldt dit des te meer voor allochtone senioren. Slechts in zeven nieuwsberichten komen we meer te weten over ouderen van etnische minderheden. Ook hoogbejaarden komen in vergelijking met de jongere senioren significant minder naar voor in kranten. Toch vinden we dat de zaken voor zowel de 80-plussers, als voor de vrouwelijke senioren niet geproblematiseerd mogen worden. Absoluut gezien komen beide groepen nog vaak aan bod: in 1 op de drie artikels waarin de leeftijd expliciet wordt vermeld van één of meerdere senioren wordt een 80-plusser voorgesteld. In meer dan de helft van alle artikels is een vrouw gerepresenteerd. Allochtone senioren daarentegen worden volkomen verwaarloosd.

De derde hypothese die stelt dat kranten met een ouder leespubliek meer aandacht schenken aan senioren in hun krant gaat niet op. Volgens ons is de tweedeling tussen populaire en kwaliteitskranten de reden waarom Het Laatste Nieuws en Het Volk meer berichten over senioren dan De Morgen en De Standaard. Het Laatste Nieuws als De Standaard wordt procentueel beschouwd door evenveel 65-plussers gelezen, toch verschijnen er veel meer nieuwsberichten over hen in Het Laatste Nieuws dan in De Standaard.

In de vierde hypothese wilden we niet meer de vermeende ondervertegenwoordiging toetsen, maar wel hoe senioren aan bod komen in de krantenartikels. We kunnen enerzijds concluderen dat senioren binnen de Vlaamse pers erg vaak als slachtoffer voorgesteld worden: maar liefst 1 op de 5 nieuwsberichten over senioren behoort tot de categorie Slachtofferrol. Deze artikels zijn wel in de helft van de gevallen maar 1/16^e krantenpagina groot. Vooral vrouwen en mensen tussen de 65 en de 80 jaar worden het vaakst als slachtoffer gerepresenteerd. We hebben wel geen significant verschil opgemerkt tussen de verschillende kranten: zowel populaire als kwaliteitskranten representeren even vaak ouderen als slachtoffer.

Anderzijds (en in relatie met de voorgaande conclusie) zijn we tot de vaststelling gekomen dat senioren beduidend minder in een actieve rol aan bod komen in kranten. Slechts 1 op de 3 nieuwsberichten stellen senioren actief voor. Vooral de inhoudscategorie Vrijtijdsbesteding, amusement is goed vertegenwoordigd. Senioren worden echter zelden als grootouders of als wijze raadgevers voorgesteld. We zien wel dat nieuwsberichten waarin senioren actief worden voorgesteld groter zijn dan een doorsnee-artikel over ouderen. Vooral mannen en jonge senioren komen aan bod

als actieve senioren. Ook hier zien we geen significante verschillen tussen populaire en kwaliteitskranten.

De laatste hypothese hebben we met behulp van een kwalitatieve inhoudsanalyse onderzocht. We wilden nagaan hoe senioren met betrekking tot liefde en seksualiteit in de Vlaamse pers worden voorgesteld. We hebben hiervoor 30 artikels bekeken en geanalyseerd. Opvallend was dat een aantal stereotypingen over senioren zoals dat alle ouderen asexueel en eenzaam zouden zijn, vaak expliciet worden ontkracht. We lezen dat senioren nog opvallend vaak seks hebben en zich helemaal niet zo eenzaam voelen als wordt beweerd. Toch is er voorlopig geen sprake van effectieve beeldvorming: hoewel kranten de stereotiepe beeldvorming doorbreken, ontwikkelen ze zelf geen pluriforme beeldvorming van senioren (Smelik, 1999, p.10), door hen bijvoorbeeld vaak te portretteren binnen een vriendenkring of als actieve mensen met verschillende hobby's. Ook liefde krijgt binnen nieuwsberichten over senioren zelden een plaats: zoals we hebben proberen aantonen, speelt liefde in artikels waarin een koppel een gouden of diamanten huwelijk viert nauwelijks een rol. Het verleden wordt altijd benadrukt en in de kijker gezet, nooit lezen we iets over hoe het koppel na al die jaren vandaag nog de liefde ervaart en de spanning er probeert in te houden. Komt het dan toch eens aan bod (we zijn op twee nieuwsberichten gestoten), dan wordt de hoge leeftijd van het koppel als een belemmering of eigenaardigheid voorgesteld.

Bibliografie

- Allan, S. (2004). *News Culture*. Berkshire: Open University Press
- Aronoff, C. (1974). Old age in prime-time. *Journal of Communication*, 24, pp.86-87
- Bell, J. (1992). In search of a discourse on aging: the elderly on television. *The Gerontologist*, 32 (3), pp. 305-311.
- Blaikie, A. (1999). *Ageing & popular culture*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Bucholz, M. & Bynum J. (1982). Newspaper presentation of America's aged: A content analysis of image and role. *The Gerontologist*, 22 (1) pp. 93-88.
- Burton, G. (2005). *Media and Society. Critical Perspectives*. Berkshire: Open University Press.
- Bytheway, B. (2005). Ageism. In Johnson, M. (Red.), *The Cambridge handbook of age and ageing*. Cambridge, New York: Cambridge University Press. pp. 338-345
- Cuddy, A. & Fiske, S. (2004). Dodderin but Dear: process, content and function in stereotyping of older persons. In Nelson, T. (Red.), *Ageism. Stereotyping and prejudice against older people*. Cambridge: Mitt Press. pp. 1-26
- De Clercq, M.; Saeys, F & Vanzieleghem, I. (2000). *Senioren en media: oud is out?* Gent: RUG. Vakgroep communicatiewetenschappen
- De Vleeschouwer, L. (2007). *Beeldvorming van senioren in de media. Case study en de analyse van de advertenties van 'plus magazine'*. Gent: RUG. Vakgroep communicatiewetenschappen
- Devroe, I. (2007). *Gekleurd nieuws? De voorstelling van etnische minderheden in Vlaanderen. Context, methodologische aspecten en onderzoeksresultaten*. Gent: RUG. Vakgroep communicatiewetenschappen
- Fret, B. (2007). *Beeldvorming over ouderen door ouderen. Hoe kijken ouderen naar zichzelf?* Niet-gepubliceerde scriptie, Vrije Universiteit Brussel, Vakgroep Sociale Agogiek.
- Gans, H.J. (1979). *Deciding what's news: a study of CBS evening news, NBC nightly news, Newsweek and Time*. New York: Pantheon Books.
- Hall, S. (1997). The spectacle of the 'other'. In: Hall, S. (Red.), *Representation: cultural representations and signifying practices*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage. pp. 223-290
- Hauttekeete, L. (2005). *De tabloidisering van kranten: mythe of feit? De ontwikkeling van een meetinstrument en een onderzoek naar de tabloidisering van Vlaamse kranten*. Onuitgegeven Doctoraatsproefschrift. Gent: Vakgroep Communicatiewetenschappen.

- Helsby, W. (2005). Representation and theories. In Helsby, W. (Red.), *Understanding Representation*. London: British Film Institute. pp.3-25
- Hooghe, M., De Swert, K. & Walgrave, S. (2005). Het leven zoals het is? Televisienieuws en onze kijk op de werkelijkheid. In Hooghe, M., De Swert, K. & Walgrave, S. (Red.), *Nieuws op televisie. Televisiejournals als venster op de wereld*. Leuven/Voorburg: Acco. pp. 7-23
- Huizingh, E. (2006). *Inleiding. SPSS 14.0 voor Windows en Data Entry*. Den Haag: Sdu.
- Johnson-Cartee, K.S. (2005). *News narratives and news framing. Constructing Political Reality*. Oxford: Rowman & Littlefield Publishers
- Kite, M. & Wagner, L. (2004) Attitudes toward older adults. In Nelson, T. (Red.), *Ageism. Stereotyping and prejudice against older people*. Cambridge: MIT Press. pp. 129-161
- Krippendorff, K. (1980). *Content Analysis. An Introduction to Its Methodology*. Beverly Hills, London: Sage.
- Knook, D. (2008). *Het Methusalem mysterie. Vergrijzing: zegen of bedreiging?* Amsterdam: Prometheus.
- Lester, P. & Ross, S. (2003). *Images that injure: pictorial stereotypes in the media*. Westport (Conn.): Praeger
- Maguire, J.; Poulton, E. & Possamai, C. (1999). Weltkrieg III? Media coverage of England versus Germany in Euro 96. *Journal of sport and social issues*, 23 (4), pp.439-454
- McNair, B. (2003). *News and Journalism in the UK*. London, New York: Routledge.
- Meijer, I. (2006). *De toekomst van het nieuws*. Amsterdam: Otto Cramwinckel Uitgever
- Mullan, B. (1997). *Consuming television*. Oxford: Blackwell
- Paulussen, S. (2008). *Reader Actuele aspecten van de journalistiek*. Niet-uitgegeven cursus. Gent: RUG. Vakgroep communicatiewetenschappen
- Pickering, M. (2001). *Stereotyping. The Politics of Representation*. Houndmills, Basingstoke, Hampshire: Palgrave.
- Nelson, T. (2002). Ageism: stereotyping and prejudice against older persons. Cambridge: MIT press.
- Nelson, T. (2005). Ageism: Prejudice against our feared future self. *Journal of Social Issues*, 61 (2), pp.207-221
- Raeymaeckers, K. (2008). Cursus Gedrukte Media II. Gent: RUG. Vakgroep communicatiewetenschappen

- Savarese, R. (2000). 'Infosuasion' in European Newspapers A Case Study on the War in Kosovo. *European Journal of Communication*, 15 (3), pp. 363-381
- Schoenmaekers D. & Breda J. (2004). *Senioren onder de loep: in hun hemd gezet of naar waarde geschat? Het sociaal-wetenschappelijk onderzoek naar ouderen in Vlaanderen tussen 1990 en 2003*. Antwerpen: Onderzoeksgroep Welzijn en de Verzorgingsstaat / Steunpunt Gelijkekansenbeleid
- Servaes, J. & Schakenbos, E. (1989). De rol van de media bij beeldvorming over etnische minderheden. In *Cultuur en Migratie 2: Migranten in de media*. Brussel: Cultuur en Migratie. pp.7-29
- Smeets, R. (1993). *De nieuwe senioren. Vijfenvijftigplussers van nu en straks*. Leuven: Davidsfonds.
- Smelik, A., Buikema, R. & Meijer, M. (1999). *Effectief beeldvormen: theorie, analyse en praktijk van beeldvormingsprocessen*. Assen: Van Gorcum.
- Tuchman, G. (1978). *Making news : a study in the construction of reality*. New York: Free Press
- Turksma, L. (1982). *Senioren in de samenleving. Sociale problematiek van bejaarden*. Utrecht/Antwerpen: Het Spectrum.
- Turrekens, E. (2008). *Beeldvorming van senioren in de reclame. Inhoudsanalyse van de advertenties in Vlaamse magazines*. Onuitgegeven masterproef, Gent: RUG. Vakgroep communicatiewetenschappen
- Ursic, A.C., Ursic, M.L. & Ursic V.L. (1987). A longitudinal study of the use of elderly in magazine advertising. *Journal of Advertising*, 16 (1), pp.47-54.
- Vandenbrande, K. & Bauwens, J. (2004). De nieuwsconsument, voor de buis en achter de krant: hoe het Vlaamse publiek televisie en krant als nieuwsmedia ziet. In Carpentier, N., Pauwels, C. & Van Oost, O. (Red.), *Het on(be)grijpbare publiek. Een communicatiewetenschappelijke verkenning van het publiek*. Brussel: Vubpress. pp.125-144
- Van Rensbergen, N. (2005, oktober). *Mediagebruik bij senioren: wat lezen ze, hoe horen ze en naar wat kijken ze?* Paper gepresenteerd voor de dienst Communicatie en Ontvangst van het Ministerie van de Vlaamse Gemeenschap, Brussel.
- Van Steenberge, A. (2000). *Beeldvorming van senioren in de media: inhoudsanalyse en kwalitatief publieksonderzoek in Vlaanderen*. Niet-gepubliceerde scriptie, Universiteit Gent, Vakgroep communicatiewetenschappen.
- Vasil, L., & Wass, H. (1993). Portrayal of the elderly in the media: A literature review and implications for educational gerontologists. *Educational Gerontology*, 19, pp. 71 -85.

Verstraeten, H. (2007). *Mediasociologie I*. Niet-gepubliceerde cursus. Gent: RUG. Vakgroep communicatiewetenschappen

Walgrave, S. & De Swert, K. (2004). The Making of the (Issues of the) Vlaams Blok. *Political Communication*, 21 (4), pp.479-500

Wass, H.(1985). The elderly in the Sunday newspapers: 1963 and 1983. *Educational Gerontology*, 11, pp. 29-39

Wester, F. & van Selm, M. (2006). Inhoudsanalyse als systematisch-kwantificerende werkwijze. In Wester, F. Renckstorf, K. & Scheepers, P. (Red.), *Onderzoekstypen communicatiewetenschap* (pp. 121-149). Alphen aan den Rijn: Kluwer

Internetbronnen:

Beeldvorming. Seniorenbarometer (2008). Geraadpleegd op 1 mei 2009.
<http://www.seniorenbarometer.nl/index.php/beeldvorming>

CIM bereikstudies (2007). *CIM fiches*. Geraadpleegd op 1 mei 2009.
www.cim.be/audi/nl/d/dw.html

FOD Economie – Algemene Directie Statistiek en Economische Informatie (2007). *Dossier senioren*. Geraadpleegd op 10 februari 2009 op
http://www.statbel.fgov.be/press/pr109_fullreport_nl.pdf

Het Laatste Nieuws, (13 april 2008). *Maak kennis met medioren*. Geraadpleegd op 1 mei 2009.
<http://www.hln.be/hln/nl/33/Fit-Gezond/article/detail/239270/2008/04/13/Maak-kennis-met-medioren.dhtml>

Tieleman, D. (30 januari 2008). *TV voor 50-plussers*, Studio Brussel, Geraadpleegd op 1 mei 2009.
www.stubru.be/taxonomy/term/4066

Bijlage 1: Kunstmatig geconstrueerde weken

2000

maandag 17 januari
dinsdag 15 februari
woensdag 15 maart
donderdag 20 april
vrijdag 19 mei
zaterdag 17 juni

maandag 17 juli
dinsdag 15 augustus
woensdag 20 september
donderdag 19 oktober
vrijdag 17 november
zaterdag 16 december

2002

maandag 21 januari
dinsdag 19 februari
woensdag 20 maart
donderdag 18 april
vrijdag 17 mei
zaterdag 15 juni

maandag 15 juli
dinsdag 20 augustus
woensdag 18 september
donderdag 17 oktober
vrijdag 15 november
zaterdag 21 december

2004

maandag 19 januari
dinsdag 17 februari
woensdag 17 maart
donderdag 15 april
vrijdag 21 mei
zaterdag 19 juni

maandag 19 juli
dinsdag 17 augustus
woensdag 15 september
donderdag 21 oktober
vrijdag 19 november
zaterdag 18 december

2006

maandag 16 januari
dinsdag 21 februari
woensdag 15 maart
donderdag 20 april
vrijdag 19 mei
zaterdag 17 juni

maandag 17 juli
dinsdag 15 augustus
woensdag 20 september
donderdag 19 oktober
vrijdag 17 november
zaterdag 16 december

2008

maandag 21 januari
dinsdag 19 februari
woensdag 19 maart
donderdag 17 april
vrijdag 16 mei
zaterdag 21 juni

maandag 21 juli
dinsdag 19 augustus
woensdag 17 september
donderdag 16 oktober
vrijdag 21 november
zaterdag 20 december

Bijlage 2: Codeboek

Krant:

- 1. De Standaard
- 2. De Morgen
- 3. Het Laatste Nieuws
- 4. Het Volk (Het Nieuwsblad)

Titel van het artikel (indien van toepassing)

.....
.....

.....
.....

Datum van het artikel:

Jaartal: slechts 1 antwoord mogelijk	Foto
<input type="checkbox"/> 1. 2000	<input type="checkbox"/> Aanwezig
<input type="checkbox"/> 2. 2002	FotoSenior: slechts 1 antwoord mogelijk
<input type="checkbox"/> 3. 2004	<input type="checkbox"/> 1. Senior afgebeeld
<input type="checkbox"/> 4. 2006	<input type="checkbox"/> 2. Niet af te leiden
<input type="checkbox"/> 5. 2006	FotoGeslacht: slechts 1 antwoord mogelijk
Grootte van het artikel: slechts 1 antwoord mogelijk	<input type="checkbox"/> 1. Oudere man afgebeeld
<input type="checkbox"/> 1. 1 krantenpagina	<input type="checkbox"/> 2. Oudere vrouw afgebeeld
<input type="checkbox"/> 2. 1/2 ^e krantenpagina	<input type="checkbox"/> 3. Beide geslachten afgebeeld
<input type="checkbox"/> 3. 1/4 ^e krantenpagina	FotoKwantiteit: slechts 1 antwoord mogelijk
<input type="checkbox"/> 4. 1/8 ^e krantenpagina	<input type="checkbox"/> 1. 1 individu afgebeeld
<input type="checkbox"/> 5. 1/16 ^e krantenpagina	<input type="checkbox"/> 2. 2 tot 3 individuen afgebeeld
Plaats van het artikel: slechts 1 antwoord mogelijk	<input type="checkbox"/> 3. 4 of meer individuen afgebeeld
<input type="checkbox"/> 1. Voorpagina	FotoEtniciteit: Slechts 1 antwoord mogelijk
<input type="checkbox"/> 2. Binnenland	<input type="checkbox"/> 1. Autochtone senior afgebeeld
<input type="checkbox"/> 3. Regionaal	<input type="checkbox"/> 2. Allochtone senior afgebeeld
<input type="checkbox"/> 4. Cultuur & Media	<input type="checkbox"/> 3. Zowel autochtone als allochtone senior afgebeeld
<input type="checkbox"/> 5. Bijlagen	<input type="checkbox"/> 4. Niet af te leiden

<p>Inhoudscategorie: slechts 1 antwoord mogelijk</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 1. Werk, pensioenen, vergrijzing <input type="checkbox"/> 2. Kinderzorg, opvang, grootouder zijn <input type="checkbox"/> 3. Opleiding, bijscholing <input type="checkbox"/> 4. Relaties, seksualiteit, eenzaamheid <input type="checkbox"/> 5. Sociale sector, OCMW, welzijnszorg <input type="checkbox"/> 6. Slachtoffer, geweldpleging tegenover senioren <input type="checkbox"/> 7. Geweldpleging door senioren <input type="checkbox"/> 8. Religie, bedevaart <input type="checkbox"/> 9. Macht, politiek, zakenwereld, BV's <input type="checkbox"/> 10. Overlijden <input type="checkbox"/> 11. Gezondheid, ziektes <input type="checkbox"/> 12. Wijze raad van ouderen <input type="checkbox"/> 13. Vrijtijdsbesteding, amusement <input type="checkbox"/> 14. Rechten senioren <input type="checkbox"/> 15. Het verleden <input type="checkbox"/> 16. Andere: 	<p>Individen: slechts 1 antwoord mogelijk</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 1. 1 individu <input type="checkbox"/> 2. 2 tot 3 individuen <input type="checkbox"/> 3. 4 of meer individuen <p>Geslacht: slechts 1 antwoord mogelijk</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 1. Man <input type="checkbox"/> 2. Vrouw <input type="checkbox"/> 3. Beiden
	<p>Etniciteit Vermeld: slechts 1 antwoord mogelijk</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 1. Expliciet vermeld <input type="checkbox"/> 2. Niet-expliciet vermeld <p>Etniciteit: slechts 1 antwoord mogelijk</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 1. Autochtoon <input type="checkbox"/> 2. Allochtoon
<p>Leeftijd Vermeld: slechts 1 antwoord mogelijk</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 1. Expliciet vermeld <input type="checkbox"/> 2. Niet-expliciet vermeld <p>Leeftijd: slechts 1 antwoord mogelijk</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 1. 65 tot 79 jaar oud <input type="checkbox"/> 2. 80 jaar of ouder 	<p>Reacties senioren</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 1. Aanwezig <p>Reacties Geslacht: slechts 1 antwoord mogelijk</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 1. Man <input type="checkbox"/> 2. Vrouw <input type="checkbox"/> 3. Beiden <input type="checkbox"/> 4. Niet af te leiden <p>Reacties Etniciteit: slechts 1 antwoord mogelijk</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 1. Autochtoon <input type="checkbox"/> 2. Allochtoon <input type="checkbox"/> 3. Beiden <input type="checkbox"/> 4. Niet af te leiden

Bijlage 3: SPSS-outputs

HYPOTHESE 1

1) NPAR TESTS

/CHISQUARE=Krant Jaartal

/EXPECTED=EQUAL

/MISSING ANALYSIS.

NPar Tests

Notes

Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each test are based on all cases with valid data for the variable(s) used in that test.
Syntax		NPAR TESTS /CHISQUARE=Krant Jaartal /EXPECTED=EQUAL /MISSING ANALYSIS.
Resources	Processor Time	0:00:00.000
	Elapsed Time	0:00:00.000
	Number of Cases Allowed ^a	157286

a. Based on availability of workspace memory.

Chi-Square Test Frequencies

Krant

	Observed N	Expected N	Residual
De Standaard	72	129,8	-57,8
De Morgen	74	129,8	-55,8
Het Laatste Nieuws	189	129,8	59,3
Het Volk (Het Nieuwsblad)	184	129,8	54,3
Total	519		

Jaartal

	Observed N	Expected N	Residual
2000	102	103,8	-1,8
2002	88	103,8	-15,8
2004	120	103,8	16,2
2006	110	103,8	6,2
2008	99	103,8	-4,8
Total	519		

Test Statistics

	Krant	Jaartal
Chi-Square	99,397 ^a	5,557 ^b
df	3	4
Asymp. Sig.	,000	,235

a. 0 cells (.0%) have expected frequencies less than 5. The minimum expected cell frequency is 129,8.

b. 0 cells (.0%) have expected frequencies less than 5. The minimum expected cell frequency is 103,8.

2) NPAR TESTS

/K-S(NORMAL)=Grootte
/MISSING ANALYSIS.

NPar Tests

Notes

Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each test are based on all cases with valid data for the variable(s) used in that test.
Syntax		NPAR TESTS /K-S(NORMAL)=Grootte /MISSING ANALYSIS.

Resources	Processor Time	0:00:00.015
	Elapsed Time	0:00:00.094
	Number of Cases Allowed ^a	196608

a. Based on availability of workspace memory.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Grootte
N		519
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	3,43
	Std. Deviation	1,380
Most Extreme Differences	Absolute	,198
	Positive	,156
	Negative	-,198
Kolmogorov-Smirnov Z		4,510
Asymp. Sig. (2-tailed)		,000

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

3) FREQUENCIES VARIABLES=Plaats
/ORDER=ANALYSIS.

Frequencies

Notes

Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data.
Syntax		FREQUENCIES VARIABLES=Plaats /ORDER=ANALYSIS.
Resources	Processor Time	0:00:00.000
	Elapsed Time	0:00:00.000

Statistics

Plaats

N	Valid	519
	Missing	0

Plaats

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Voorpagina	37	7,1	7,1	7,1
	Binnenland	263	50,7	50,7	57,8
	Regio	126	24,3	24,3	82,1
	Andere	93	17,9	17,9	100,0
	Total	519	100,0	100,0	

4) FREQUENCIES VARIABLES=Foto FotoSenior
/ORDER=ANALYSIS.

Frequencies

Notes

Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data.
Syntax		FREQUENCIES VARIABLES=Foto FotoSenior /ORDER=ANALYSIS.
Resources	Processor Time	0:00:00.015
	Elapsed Time	0:00:00.017

Statistics

		Foto	FotoSenior
N	Valid	519	519

Statistics

		Foto	FotoSenior
N	Valid	519	519
	Missing	0	0

Frequency Table**Foto**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Niet aanwezig	187	36,0	36,0	36,0
	Aanwezig	332	64,0	64,0	100,0
Total		519	100,0	100,0	

FotoSenior

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Geen senior afgebeeld	246	47,4	47,4	47,4
	Senior afgebeeld	270	52,0	52,0	99,4
	Niet af te leiden	3	,6	,6	100,0
Total		519	100,0	100,0	

USE ALL.

COMPUTE filter_\$=(Grootte 5).

VARIABLE LABEL filter_\$ 'Grootte 5 (FILTER)'.
 VALUE LABELS filter_\$ 0 'Not Selected' 1 'Selected'.

FORMAT filter_\$ (f1.0).

FORMAT filter_\$ (f1.0).

FILTER BY filter_\$.

EXECUTE.

5)FREQUENCIES VARIABLES=Foto FotoSenior

/ORDER=ANALYSIS.

Frequencies**Notes**

Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
------------------------	-----------------------	---

	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data.
Syntax		FREQUENCIES VARIABLES=Foto FotoSenior /ORDER=ANALYSIS.
Resources	Processor Time	0:00:00.000
	Elapsed Ti	0:00:00.000

Statistics

		Foto	FotoSenior
N	Valid	350	350
	Missing	0	0

Frequency Table

Foto

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Niet aanwezig	76	21,7	21,7	21,7
	Aanwezig	274	78,3	78,3	100,0
	Total	350	100,0	100,0	

FotoSenior

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Geen senior afgebeeld	126	36,0	36,0	36,0
	Senior afgebeeld	221	63,1	63,1	99,1
	Niet af te leiden	3	,9	,9	100,0
	Total	350	100,0	100,0	

HYPOTHESE 2

6) FREQUENCIES VARIABLES=Geslacht ReactiesGeslacht FotoGeslacht
/ORDER=ANALYSIS.

Frequencies

Notes

Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data.
Syntax		FREQUENCIES VARIABLES=Geslacht2 Reacties2 Foto3 /ORDER=ANALYSIS.
Resources	Processor Time	0:00:00.000
	Elapsed Time	0:00:00.094

Statistics

		Geslacht2	Reacties2	Foto3
N	Valid	519	519	519
	Missing	0	0	0

Frequency Table

Geslacht

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Man	222	42,8	42,8	42,8
	Vrouw	111	21,4	21,4	64,2
	Zowel man als vrouw	186	35,8	35,8	100,0
	Total	519	100,0	100,0	

ReactiesGeslacht

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Niet van toepassing	342	65,9	65,9	65,9
	Man	93	17,9	17,9	83,8
	Vrouw	60	11,6	11,6	95,4
	Zowel man als vrouw	24	4,6	4,6	100,0

ReactiesGeslacht

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Niet van toepassing	342	65,9	65,9	65,9
	Man	93	17,9	17,9	83,8
	Vrouw	60	11,6	11,6	95,4
	Zowel man als vrouw	24	4,6	4,6	100,0
	Total	519	100,0	100,0	

FotoGeslacht

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Geen senior afgebeeld	250	48,2	48,2	48,2
	Oudere man afgebeeld	138	26,6	26,6	74,8
	Oudere vrouw afgebeeld	71	13,7	13,7	88,4
	Zowel oudere man als oudere vrouw afgebeeld	60	11,6	11,6	100,0
	Total	519	100,0	100,0	

7) NPAR TESTS

/CHISQUARE=ReactiesGeslacht

/EXPECTED=EQUAL

/MISSING ANALYSIS.

NPar Tests

Notes

Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each test are based on all cases with valid data for the variable(s) used in that test.
Syntax		<p>NPAR TESTS</p> <p>/CHISQUARE=ReactiesGeslacht</p> <p>/EXPECTED=EQUAL</p> <p>/MISSING ANALYSIS.</p>

Resources	Processor Time	0:00:00.000
	Elapsed Time	0:00:00.000
	Number of Cases Allowed ^a	196608

a. Based on availability of workspace memory.

Chi-Square Test

Frequencies

ReactiesGeslacht

	Observed N	Expected N	Residual
Man	93	59,0	34,0
Vrouw	60	59,0	1,0
Zowel man als vrouw	24	59,0	-35,0
Total	177		

Test Statistics

	ReactiesGeslacht t
Chi-Square	40,373 ^a
df	2
Asymp. Sig.	,000

a. 0 cells (.0%) have expected frequencies less than 5. The minimum expected cell frequency is 59,0.

8)NPAR TESTS

/M-W= Grootte BY Geslacht(1 2)

/MISSING ANALYSIS.

NPar Tests

Notes			
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.	
	Cases Used	Statistics for each test are based on all cases with valid data for the variable(s) used in that test.	
Syntax		NPAR TESTS /M-W= Grootte BY Geslacht(1 2) /MISSING ANALYSIS.	
Resources	Processor Time		0:00:00.016
	Elapsed Time		0:00:00.016
	Number of Cases Allowed ^a		112347

a. Based on availability of workspace memory.

Mann-Whitney Test

Ranks				
	Geslacht	N	Mean Rank	Sum of Ranks
Grootte	Man	222	162,48	36070,00
	Vrouw	111	176,05	19541,00
	Total	333		

Test Statistics ^a	
	Grootte
Mann-Whitney U	11317,000
Wilcoxon W	36070,000
Z	-1,266
Asymp. Sig. (2-tailed)	,206

a. Grouping Variable: Geslacht

9)FREQUENCIES VARIABLES=EtniciteitVermeld Etniciteit
/ORDER=ANALYSIS.

Frequencies

Notes

Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data.
Syntax		FREQUENCIES VARIABLES=Etniciteit Etniciteit2 /ORDER=ANALYSIS.
Resources	Processor Time	0:00:00.016
	Elapsed Time	0:00:00.016

Statistics

		Etniciteit	Etniciteit2
N	Valid	519	519
	Missing	0	0

Frequency Table

EtniciteitVermeld

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Expliciet vermeld	7	1,3	1,3	1,3
	Niet expliciet vermeld	512	98,7	98,7	100,0
	Total	519	100,0	100,0	

Etniciteit

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Niet van toepassing	512	98,7	98,7	98,7
	Allochtoon	7	1,3	1,3	100,0
	Total	519	100,0	100,0	

10) FREQUENCIES VARIABLES=Etniciteit Inhoudscategorie ReactiesEtniciteit
/ORDER=ANALYSIS.

Frequencies

Notes

Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data.
Syntax		FREQUENCIES VARIABLES=Etniciteit2 Inhoudscategorie Reacties3 /ORDER=ANALYSIS.
Resources	Processor Time	0:00:00.016
	Elapsed Time	0:00:00.017

Statistics

		Etniciteit2	Inhoudscategorie	Reacties3
N	Valid	7	7	7
	Missing	0	0	0

Frequency Table

Etniciteit

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Allochtoon	7	100,0	100,0	100,0

Inhoudscategorie

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Werk, pensioenen, lonen	1	14,3	14,3	14,3
	Opleiding, bijscholing	1	14,3	14,3	28,6
	Sociale sector, OCMW, welzijnszorg	1	14,3	14,3	42,9

Geweldpleging door senioren	3	42,9	42,9	85,7
Andere	1	14,3	14,3	100,0
Total	7	100,0	100,0	

ReactiesEtniciteit

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Niet van toepassing	5	71,4	71,4	71,4
	Autochtoon	2	28,6	28,6	100,0
	Total	7	100,0	100,0	

9)FREQUENCIES VARIABLES=Leeftijd
/ORDER=ANALYSIS.

Frequencies

Notes

Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data.
Syntax		FREQUENCIES VARIABLES=Leeftijd2 /ORDER=ANALYSIS.
Resources	Processor Time	0:00:00.015
	Elapsed Time	0:00:00.015

Statistics

Leeftijd2

N	Valid	383
---	-------	-----

Statistics

Leeftijd2

N	Valid	383
	Missing	0

Leeftijd

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	65 tot en met 79 jaar oud	248	64,8	64,8	64,8
	80 jaar of ouder	135	35,2	35,2	100,0
Total		383	100,0	100,0	

11)NPAR TESTS

/CHISQUARE=Leeftijd2

/EXPECTED=EQUAL

/MISSING ANALYSIS.

NPar Tests

Notes

Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each test are based on all cases with valid data for the variable(s) used in that test.
Syntax		NPAR TESTS /CHISQUARE=Leeftijd2 /EXPECTED=EQUAL /MISSING ANALYSIS.
Resources	Processor Time	0:00:00.032
	Elapsed Time	0:00:00.281
	Number of Cases Allowed ^a	196608

a. Based on availability of workspace memory.

Chi-Square Test

Frequencies

Leeftijd

	Observed N	Expected N	Residual
65 tot en met 79 jaar oud	248	191,5	56,5
80 jaar of ouder	135	191,5	-56,5
Total	383		

Test Statistics

	Leeftijd2
Chi-Square	33,339 ^a
df	1
Asymp. Sig.	,000

a. 0 cells (.0%) have expected frequencies less than 5. The minimum expected cell frequency is 191,5.

12) NPAR TESTS

/M-W= Grootte BY Leeftijd(1 2)

/MISSING ANALYSIS.

NPar Tests

Notes

Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each test are based on all cases with valid data for the variable(s) used in that test.

Syntax	NPAR TESTS /M-W= Grootte BY Leeftijd2(1 2) /MISSING ANALYSIS.		
Resources	Processor Time		0:00:00.000
	Elapsed Time		0:00:00.000
	Number of Cases Allowed ^a		112347

a. Based on availability of workspace memory.

Mann-Whitney Test

Ranks

	Leeftijd	N	Mean Rank	Sum of Ranks
Grootte	65 tot en met 79 jaar oud	248	187,56	46514,50
	80 jaar of ouder	135	200,16	27021,50
	Total	383		

Test Statistics^a

	Grootte
Mann-Whitney U	15638,500
Wilcoxon W	46514,500
Z	-1,100
Asymp. Sig. (2-tailed)	,271

a. Grouping Variable: Leeftijd2

```
12) /TABLES=Leeftijd BY Geslacht
/FORMAT=AVALUE TABLES
/STATISTICS=CHISQ
/CELLS=COUNT EXPECTED
/COUNT ROUND CELL.
```

Crosstabs

Notes

Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each table are based on all the cases with valid data in the specified range(s) for all variables in each table.

Syntax	CROSSTABS /TABLES=Leeftijd2 BY Geslacht2 /FORMAT=AVALUE TABLES /STATISTICS=CHISQ /CELLS=COUNT EXPECTED /COUNT ROUND CELL.		
Resources	Processor Time	0:00:00.016	
	Elapsed Time	0:00:00.092	
	Dimensions Requested	2	
	Cells Available	174762	

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Leeftijd2 * Geslacht2	323	100,0%	0	,0%	323	100,0%

Leeftijd * Geslacht Crosstabulation

			Geslacht2		Total
			Man	Vrouw	
Leeftijd2	65 tot en met 79 jaar oud	Count	155	59	214
		Expected Count	143,8	70,2	214,0
	80 jaar of ouder	Count	62	47	109
		Expected Count	73,2	35,8	109,0
Total		Count	217	106	323
		Expected Count	217,0	106,0	323,0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	7,919 ^a	1	,005		

Continuity Correction ^b	7,230	1	,007		
Likelihood Ratio	7,777	1	,005		
Fisher's Exact Test				,006	,004
Linear-by-Linear Association	7,895	1	,005		
N of Valid Cases	323				

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 35,77.

b. Computed only for a 2x2 table

13)NPAR TESTS

/M-W= Leeftijd BY Geslacht(1 2)

/MISSING ANALYSIS.

NPar Tests

Notes

Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each test are based on all cases with valid data for the variable(s) used in that test.
Syntax		NPAR TESTS /M-W= Leeftijd2 BY Geslacht2(1 2) /MISSING ANALYSIS.
Resources	Processor Time	0:00:00.000
	Elapsed Time	0:00:00.094
	Number of Cases Allowed ^a	112347

a. Based on availability of workspace memory.

Mann-Whitney Test

Ranks

	Geslacht	N	Mean Rank	Sum of Ranks
Leeftijd	Man	217	153,64	33340,50
	Vrouw	106	179,11	18985,50
	Total	323		

Test Statistics^a

	Leeftijd2
Mann-Whitney U	9687,500
Wilcoxon W	33340,500
Z	-2,810
Asymp. Sig. (2-tailed)	,005

a. Grouping Variable: Geslacht2

HYPOTHESE 4

14) FREQUENCIES VARIABLES=Inhoudscategorie
 /STATISTICS=MODE
 /ORDER=ANALYSIS.

Frequencies

Notes

Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data.
Syntax		FREQUENCIES VARIABLES=Inhoudscategorie /STATISTICS=MODE /ORDER=ANALYSIS.
Resources	Processor Time	0:00:00.016
	Elapsed Time	0:00:00.016

Frequencies

Statistics

Inhoudscategorie

N	Valid	169
	Missing	0

Inhoudscategorie

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Werk, pensioenen, lonen	5	3,0	3,0	3,0
	Kinderzorg, opvang, grootouder zijn	2	1,2	1,2	4,1
	Opleiding, bijscholing	3	1,8	1,8	5,9
	Relaties, seksualiteit, eenzaamheid	6	3,6	3,6	9,5
	Sociale sector, OCMW, welzijnszorg	7	4,1	4,1	13,6
	Slachtoffer, geweldpleging tegenover senioren	60	35,5	35,5	49,1
	Geweldpleging door senioren	22	13,0	13,0	62,1
	Religie, bedevaart	1	,6	,6	62,7
	Macht, politiek, zakenwereld, BV's	15	8,9	8,9	71,6
	Overlijden	21	12,4	12,4	84,0
	Gezondheid, ziektes	12	7,1	7,1	91,1
	Wijze raad van ouderen	1	,6	,6	91,7

Vrijetijdsbesteding, amusement	9	5,3	5,3	97,0
Rechten senioren	2	1,2	1,2	98,2
Het verleden	3	1,8	1,8	100,0
Total	169	100,0	100,0	

15)CROSSTABS

```

/TABLES=Slachtoffer BY Geslacht
/FORMAT=AVALUE TABLES
/STATISTICS=CHISQ PHI
/CELLS=COUNT EXPECTED
/COUNT ROUND CELL.

```

Crosstabs

Notes

Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each table are based on all the cases with valid data in the specified range(s) for all variables in each table.
Syntax		CROSSTABS /TABLES=Slachtoffer BY Geslacht2 /FORMAT=AVALUE TABLES /STATISTICS=CHISQ PHI /CELLS=COUNT EXPECTED /COUNT ROUND CELL.
Resources	Processor Time	0:00:00.000
	Elapsed Time	0:00:00.000
	Dimensions Requested	2

Notes

Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each table are based on all the cases with valid data in the specified range(s) for all variables in each table.
Syntax		CROSSTABS /TABLES=Slachtoffer BY Geslacht2 /FORMAT=AVALUE TABLES /STATISTICS=CHISQ PHI /CELLS=COUNT EXPECTED /COUNT ROUND CELL.
Resources	Processor Time	0:00:00.000
	Elapsed Time	0:00:00.000
	Dimensions Requested	2
	Cells Available	174762

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
slachtoffer * Geslacht2	333	100,0%	0	,0%	333	100,0%

Slachtoffer * Geslacht Crosstabulation

			Geslacht2		Total
			Man	Vrouw	
slachtoffer	Geen slachtoffer	Count	180	67	247
		Expected Count	164,7	82,3	247,0

Slachtoffer	Count	42	44	86
	Expected Count	57,3	28,7	86,0
Total	Count	222	111	333
	Expected Count	222,0	111,0	333,0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	16,586 ^a	1	,000		
Continuity Correction ^b	15,522	1	,000		
Likelihood Ratio	15,999	1	,000		
Fisher's Exact Test				,000	,000
Linear-by-Linear Association	16,536	1	,000		
N of Valid Cases	333				

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 28,67.

b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

	Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal Phi	,223	,000
Cramer's V	,223	,000
N of Valid Cases	333	

16)NPAR TESTS

/M-W= Slachtoffer BY Leeftijd2(1 2)

/MISSING ANALYSIS.

NPar Tests

Notes

Output Created	13-apr-2009 15:45:23		
Comments			
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.	
	Cases Used	Statistics for each test are based on all cases with valid data for the variable(s) used in that test.	
Syntax	NPAR TESTS /M-W= Slachtoffer BY Leeftijd2(1 2) /MISSING ANALYSIS.		
Resources	Processor Time	0:00:00.016	
	Elapsed Time	0:00:00.015	
	Number of Cases Allowed ^a	112347	

a. Based on availability of workspace memory.

Mann-Whitney Test

Ranks

	Leeftijd2	N	Mean Rank	Sum of Ranks
slachtoffer	65 tot en met 79 jaar oud	248	199,05	49365,00
	80 jaar of ouder	135	179,04	24171,00
	Total	383		

Test Statistics^a

	slachtoffer
Mann-Whitney U	14991,000
Wilcoxon W	24171,000
Z	-2,267

Asymp. Sig. (2-tailed)	,023
------------------------	------

a. Grouping Variable: Leeftijd2

17)CROSSTABS

```

/TABLES=Slachtoffer BY Krant
/FORMAT=AVALUE TABLES
/STATISTICS=CHISQ
/CELLS=COUNT EXPECTED
/COUNT ROUND CELL.

```

Crosstabs

Notes

Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each table are based on all the cases with valid data in the specified range(s) for all variables in each table.
Syntax		CROSSTABS /TABLES=Slachtoffer BY Krant /FORMAT=AVALUE TABLES /STATISTICS=CHISQ /CELLS=COUNT EXPECTED /COUNT ROUND CELL.
Resources	Processor Time	0:00:00.015
	Elapsed Time	0:00:00.014
	Dimensions Requested	2
	Cells Available	174762

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
slachtoffer * Krant	519	100,0%	0	,0%	519	100,0%

slachtoffer * Krant Crosstabulation

			Krant		
			De Standaard	De Morgen	Het Laatste Nieuws
slachtoffer	Geen slachtoffer	Count	59	59	142
		Expected Count	56,7	58,3	148,9
	Slachtoffer	Count	13	15	47
		Expected Count	15,3	15,7	40,1
Total		Count	72	74	189
		Expected Count	72,0	74,0	189,0

slachtoffer * Krant Crosstabulation

			Krant	Total
			Het Volk (Het Nieuwsblad)	
slachtoffer	Geen slachtoffer	Count	149	409
		Expected Count	145,0	409,0
	Slachtoffer	Count	35	110
		Expected Count	39,0	110,0
Total		Count	184	519
		Expected Count	184,0	519,0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	2,509 ^a	3	,474
Likelihood Ratio	2,481	3	,479
Linear-by-Linear Association	,016	1	,899
N of Valid Cases	519		

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 15,26.

18)FREQUENCIES VARIABLES=Actief Actief2
/ORDER=ANALYSIS.

Frequencies

Notes

Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data.
Syntax		FREQUENCIES VARIABLES=Actief Actief2 /ORDER=ANALYSIS.
Resources	Processor Time	0:00:00.015
	Elapsed Time	0:00:00.016

Statistics

		Actief	Actief2
N	Valid	519	519
	Missing	0	0

Frequency Table

Actief

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Passief of neutraal voorgesteld	363	69,9	69,9	69,9
	Actief voorgesteld	156	30,1	30,1	100,0
	Total	519	100,0	100,0	

Actief2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Niet van toepassing	363	69,9	69,9	69,9
	Kinderzorg, opvang, grootouder zijn	10	1,9	1,9	71,9
	Opleiding, bijscholing	38	7,3	7,3	79,2
	Geweldpleging door senioren	38	7,3	7,3	86,5
	Wijze raad van ouderen	19	3,7	3,7	90,2
	Vrije tijdsbesteding, amusement	51	9,8	9,8	100,0
	Total	519	100,0	100,0	

19) /M-W= Grootte BY Actief(1 0)
/MISSING ANALYSIS.

NPar Tests

Notes

Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each test are based on all cases with valid data for the variable(s) used in that test.

Syntax	NPAR TESTS /M-W= Grootte BY Actief(1 0) /MISSING ANALYSIS.		
Resources	Processor Time		0:00:00.000
	Elapsed Time		0:00:00.000
	Number of Cases Allowed ^a		112347

a. Based on availability of workspace memory.

Mann-Whitney Test

Ranks

Actief		N	Mean Rank	Sum of Ranks
Grootte	Passief of neutraal voorgesteld	363	276,27	100287,00
	Actief voorgesteld	156	222,13	34653,00
	Total	519		

Test Statistics^a

	Grootte
Mann-Whitney U	22407,000
Wilcoxon W	34653,000
Z	-3,883
Asymp. Sig. (2-tailed)	,000

a. Grouping Variable: Actief

20)CROSSTABS

```

/TABLES=Actief BY Geslacht
/FORMAT=AVALUE TABLES
/STATISTICS=CHISQ
/CELLS=COUNT EXPECTED
/COUNT ROUND CELL.

```

Crosstabs

Notes

Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
------------------------	-----------------------	---

Syntax	Cases Used	Statistics for each table are based on all the cases with valid data in the specified range(s) for all variables in each table.
		CROSSTABS /TABLES=Actief BY Geslacht2 /FORMAT=AVALUE TABLES /STATISTICS=CHISQ /CELLS=COUNT EXPECTED /COUNT ROUND CELL.
Resources	Processor Time	0:00:00.016
	Elapsed Time	0:00:00.015
	Dimensions Requested	2
	Cells Available	174762

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Actief * Geslacht2	333	100,0%	0	,0%	333	100,0%

Actief * Geslacht2 Crosstabulation

			Geslacht		Total
			Man	Vrouw	
Actief	Passief of neutraal voorgesteld	Count	135	84	219
		Expected Count	146,0	73,0	219,0
	Actief voorgesteld	Count	87	27	114
		Expected Count	76,0	38,0	114,0
Total		Count	222	111	333
		Expected Count	222,0	111,0	333,0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	7,263 ^a	1	,007		
Continuity Correction ^b	6,617	1	,010		
Likelihood Ratio	7,496	1	,006		
Fisher's Exact Test				,007	,005
Linear-by-Linear Association	7,241	1	,007		
N of Valid Cases	333				

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 38,00.

b. Computed only for a 2x2 table

21)NPAR TESTS

/M-W= Actief BY Leeftijd(1 2)

/MISSING ANALYSIS.

NPar Tests

Notes

Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each test are based on all cases with valid data for the variable(s) used in that test.
Syntax		NPAR TESTS /M-W= Actief BY Leeftijd2(1 2) /MISSING ANALYSIS.
Resources	Processor Time	0:00:00.000
	Elapsed Time	0:00:00.000
	Number of Cases Allowed ^a	112347

a. Based on availability of workspace memory.

Mann-Whitney Test

Ranks

Leeftijd	N	Mean Rank	Sum of Ranks
----------	---	-----------	--------------

Actief	65 tot en met 79 jaar oud	248	198,77	49294,50
	80 jaar of ouder	135	179,57	24241,50
	Total	383		

Test Statistics^a

	Actief
Mann-Whitney U	15061,500
Wilcoxon W	24241,500
Z	-1,989
Asymp. Sig. (2-tailed)	,047

a. Grouping Variable: Leeftijd2

22)CROSSTABS

/TABLES=Actief BY Krant
 /FORMAT=AVALUE TABLES
 /STATISTICS=CHISQ
 /CELLS=COUNT EXPECTED
 /COUNT ROUND CELL.

Crosstabs

Notes

Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each table are based on all the cases with valid data in the specified range(s) for all variables in each table.
Syntax		CROSSTABS /TABLES=Actief BY Krant /FORMAT=AVALUE TABLES /STATISTICS=CHISQ /CELLS=COUNT EXPECTED /COUNT ROUND CELL.
Resources	Processor Time	0:00:00.000
	Elapsed Time	0:00:00.000
	Dimensions Requested	2
	Cells Available	174762

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Actief * Krant	519	100,0%	0	,0%	519	100,0%

Actief * Krant Crosstabulation

			Krant		
			De Standaard	De Morgen	Het Laatste Nieuws
Actief	Passief of neutraal voorgesteld	Count	47	50	133
		Expected Count	50,4	51,8	132,2
	Actief voorgesteld	Count	25	24	56
		Expected Count	21,6	22,2	56,8
Total		Count	72	74	189
		Expected Count	72,0	74,0	189,0

Actief * Krant Crosstabulation

			Krant	Total
			Het Volk (Het Nieuwsblad)	
Actief	Passief of neutraal voorgesteld	Count	133	363
		Expected Count	128,7	363,0
	Actief voorgesteld	Count	51	156
		Expected Count	55,3	156,0
Total		Count	184	519
		Expected Count	184,0	519,0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	1,440 ^a	3	,696
Likelihood Ratio	1,424	3	,700
Linear-by-Linear Association	1,426	1	,232
N of Valid Cases	519		

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 21,64.

Bijlage 4: Gegevens over het lezersprofiel van De Standaard, Het Nieuwsblad, De Morgen en Het Laatste Nieuws