



Faculteit Taal & Letteren
Studiegebied toegepaste taalkunde
Master in de journalistiek

Onderzoek naar de berichtgeving over de ramp op Pukkelpop

Kwantitatieve inhoudsanalyse van De Standaard, Het Laatste
Nieuws en Het Belang van Limburg

Masterproef aangeboden door
Tineke WELLENS
tot het behalen van de graad van
Master in de Journalistiek

Promotor: Rozane DE COCK

Academiejaar 2012 – 2013



Faculteit Taal & Letteren
Studiegebied toegepaste taalkunde
Master in de journalistiek

Onderzoek naar de berichtgeving over de ramp op Pukkelpop

Kwantitatieve inhoudsanalyse van De Standaard, Het Laatste
Nieuws en Het Belang van Limburg

Masterproef aangeboden door
Tineke WELLENS
tot het behalen van de graad van
Master in de Journalistiek

Promotor: Rozane DE COCK

Academiejaar 2012 – 2013

Na Pukkelpop is het blijven stormen

De noodlottige storm die op 18 augustus 2011 het muziekfestival Pukkelpop trof, zal niet snel vergeten worden. De ramp was wereldnieuws; ook in België brachten alle kranten, televisiekanalen en radiozenders massaal verslag uit over Pukkelpop. De media waren niet altijd mals voor het festival, Chokri en de zijnen kregen heel wat kritiek te verduren. De manier waarop over de storm bericht werd, vormde het onderwerp van de masterproef van een laatstejaarsstudente Journalistiek.

In het totaal werden 259 artikels over de storm op Pukkelpop aan een kwantitatieve inhoudsanalyse onderworpen. De artikels werden over een periode van zes maanden – augustus 2011 tot februari 2012 – geselecteerd uit drie Vlaamse dagbladen: De Standaard, Het Laatste Nieuws en Het Belang van Limburg. Vervolgens werden ze grondig bestudeerd met behulp van een codeboek, een waarnemingsinstrument dat binnen kwantitatieve onderzoeksmethoden wordt gebruikt om krantenartikels te analyseren. Dit codeboek kwam tot stand op basis van de bevindingen uit andere rampenstudies en bestond uit 68 variabelen, gaande van paginanummer tot toon van het artikel. De gecodeerde gegevens werden ingegeven in het statistische computerprogramma SPSS, waarmee de nodige bewerkingen konden worden uitgevoerd. Aan de hand van deze resultaten kon geoordeeld worden over allerlei aspecten van de berichtgeving en konden de drie onderzochte dagbladen met elkaar vergeleken worden.

Eén van de vaststellingen was dat de kranten een ware hype creëerden rond het onderwerp. Tot aan het eind van de onderzochte periode was er bij elke nieuwe onthulling een heropleving van de aandacht. Dit was vooral het geval bij Het Laatste Nieuws en Het Belang van Limburg, terwijl De Standaard geleidelijkaan steeds minder artikels publiceerde. De kwaliteitskrant verschilde op nog heel wat andere vlakken van de andere dagbladen. Zo maakte ze minder gebruik van het human interest-perspectief en schreef ze tijdens de laatste fase beduidend minder over het financiële thema. Ze hield het aantal artikels beperkt en liet zich niet meeslepen in de golf van negativiteit die de andere kranten op de organisatie afstuurd. Het Laatste Nieuws en Het Belang van Limburg daarentegen legden – vooral tijdens de

beginperiode – de nadruk op leed en emotie en hadden tijdens de latere fases voortdurend kritiek op het financiële aspect.

Wat de vormelijke kenmerken van de kranten betreft, waren er verschillende elementen aanwezig die wijzen op tabloidisering: grote titels, gebruik van quotes als titel, grote foto's, vertoon van emoties op de foto's en weinig woorden. De populaire kranten, met op kop Het Laatste Nieuws, vertoonden zoals verwacht opvallend meer tabloidkenmerken dan de kwaliteitskrant.

Over het algemeen voldeed het onderzoek aan veel van de vooropgestelde verwachtingen. Dit betekent dat het onderwerp op een vrij stereotiepe manier werd behandeld, aangezien de hypotheses werden opgesteld op basis van bevindingen uit andere onderzoeken, die overigens steeds negatieve eendoordelen velden over de werkwijze van de media. Ook in deze meesterproef is de slotsom niet erg gunstig voor de onderzochte media. Enkel de kwaliteitskrant De Standaard kwam in veel vragen positief in beeld en toonde dat het ook anders kan.

De evolutie richting tabloidkranten kwam bij Het Belang van Limburg en Het Laatste Nieuws duidelijk aan de oppervlakte. Sensatie, emotie en drama is een manier geworden om de aandacht van het publiek te trekken en media zijn vaak liever eerst dan juist. De pers vervulde met andere woorden niet altijd zijn functie van neutrale boodschapper die mensen toelaat hun eigen mening te vormen op basis van de gepresenteerde feiten. De media spelen een belangrijke rol als waakhond in de maatschappij, maar het lijkt steeds belangrijker te worden dat de maatschappij ook waakhond is over de media.

Voorwoord

Ik wil graag mijn promotor Rozane De Cock bedanken voor haar goede hulp en steun. Met de juiste deadlines op de juiste momenten gaf ze me het duwtje in de rug dat ik nodig had om mijn thesiswerk niet te laten liggen. Haar opmerkingen en raadgevingen waren steeds duidelijk en bevorderlijk, ze hielpen me dan ook telkens enorm vooruit. Had ik problemen dan kwam mevrouw De Cock met oplossingen; had ik twijfels over de haalbaarheid, zocht ze mee naar alternatieven en spoorde ze me aan om vol te houden. Dat had ik soms nodig, want de artikels waren talrijk, het onderwerp was niet licht te verteren en de SPSS-kneepjes had ik niet meteen onder de knie. Gelukkig zijn er promotors om je te helpen door de bomen weer het bos te zien! Bedankt, mevrouw De Cock, voor alles.

Verder wil ik alle lieve mensen bedanken die me geholpen hebben met nalezen of die mij en mijn thesisperikelen op tijd en stond een luisterend oor boden. In het bijzonder Anja – nooit waren gesprekken over een masterproef zo oprecht enthousiast en interessant! – en mijn mama. En natuurlijk ook gewoon iedereen die me er op tijd aan herinnerde om te ontspannen en hielp mijn gedachten even te verzetten.

Het was een omvangrijke klus en een beladen onderwerp, maar ik heb er veel uit geleerd en ik hoop dat dit ook voor de lezer zal gelden!

Lijst van gebruikte figuren

Figuur 1:	aantal rampen
Figuur 2:	berichtgeving over rampen
Figuur 3:	gangbare mythes over rampen
Figuur 4:	grafiek totaal artikels
Figuur 5:	grafiek totaal artikels HBVL
Figuur 6:	grafiek totaal artikels DS
Figuur 7:	grafiek totaal artikels HLN
Figuur 8:	verdeling totaal artikels
Figuur 9:	verdeling artikels na selectie
Figuur 10:	mythes
Figuur 11:	voorbeeld gemiddelde oppervlakte titel
Figuur 12:	voorbeeld verhouding titel – totaal artikel
Figuur 13:	voorbeeld oppervlakte afbeelding 1
Figuur 14:	voorbeeld oppervlakte afbeelding 2
Figuur 15:	voorbeeld totale oppervlakte foto's
Figuur 16:	voorbeeld verhouding foto's – tekst
Figuur 17:	emotie foto's per krant
Figuur 18:	voorbeeld gemiddelde oppervlakte
Figuur 19:	grafiek grootte – periode
Figuur 20:	grafiek lengte – periode
Figuur 21:	kruistabel periode – totaal kritiek
Figuur 22:	grafiek kritiek – periode
Figuur 23:	grafiek pagina per periode
Figuur 24:	grafiek grootte titel per periode
Figuur 25:	grafiek grootte foto's per periode
Figuur 26:	grafiek kritiek per periode
Figuur 27:	grafiek toon – periode
Figuur 28:	grafiek – toon – periode

Lijst van gebruikte tabellen

Tabel 1:	aantal artikels per periode
Tabel 2:	meest voorkomende onderwerpen
Tabel 3:	meest voorkomende onderwerpen per krant
Tabel 4:	periodes
Tabel 5:	onderwerp per periode
Tabel 6:	bronnen per periode
Tabel 7:	grootte afbeeldingen
Tabel 8:	gemiddelde grootte per krant
Tabel 9:	meest omstreden thema's per krant
Tabel 10:	meest gebruikte bronnen van kritiek per krant
Tabel 11:	gemiddeldes per periode
Tabel 12:	gemiddelde pagina per periode
Tabel 13:	gemiddelde oppervlakte per periode
Tabel 14:	gemiddelde lengte per periode
Tabel 15:	gemiddelde grootte titel per periode
Tabel 16:	gemiddelde grootte foto's per periode
Tabel 17:	gemiddelde kritiek per periode
Tabel 18:	kritiek per periode
Tabel 19:	gemiddeld aantal quotes in de titel per periode
Tabel 20:	emotie foto's per periode
Tabel 21:	toon totaal
Tabel 22:	toon per krant

Inhoudstafel

1. Inleiding	10
2. Literatuurstudie	12
2.1. Rampen en media.....	12
2.2. Nieuwswaarden.....	13
2.3. Wat is een ramp?.....	13
2.4. Media(de)constructie van rampen.....	14
2.5. Mediahypes	16
2.6. Veranderd medialandschap	19
2.7. Disaster myths.....	22
2.8. Weergave van ‘Natuurrampen’ in Nederlandse Dagbladen	25
2.9. Effecten op het publiek	28
2.9.1. Agenda-setting.....	29
2.9.2. Framing.....	29
3. Methode: kwantitatieve inhoudsanalyse	32
3.1. Steekproeftrekking.....	33
3.2. Opstellen codeboek.....	35
3.3. SPSS.....	35
4. Voorstelling van de kranten	36
4.1. De Standaard.....	36
4.2. Het Laatste Nieuws	36
4.3. Het Belang van Limburg.....	37
5. Onderzoeksvragen en hypothesen.....	38
6. Resultaten.....	40
7. Conclusie.....	97
7.1.1. Beperkingen aan eigen onderzoek.....	102
7.1.2. Suggesties voor vervolgonderzoek.....	103
8. Referentielijst	104
9. Bijlagen	109
9.1. BIJLAGE 1: CODEBOEK.....	109
9.2. BIJLAGE 2: KRANTENARTIKELS.....	117
9.3. BIJLAGE 3: SPSS-TABELLEN	123

1. Inleiding

Donderdag 18 augustus 2011. Omstreeks 18u slaat het noodlot toe op het muziekfestival Pukkelpop te Kiewit. Een zware storm treft het terrein waar 65.000 jongeren net de aftrap gaven voor een feest dat drie dagen zou duren. Er vallen vijf doden en tientallen zwaargewonden, de organisatie beslist om het festival stop te zetten. De ramp is wereldnieuws; in België brengen alle kranten, televisiekanalen en radiozenders massaal verslag uit over de storm. De volgende dagen, weken en zelfs maanden blijft het onderwerp hoog op de agenda staan bij de verschillende nieuwsmedia. In deze masterproef zal onderzocht worden hoe de media hebben bericht over de Pukkelpop-ramp. Omdat het voor één onderzoeker, binnen de grenzen van één meesterproef, onmogelijk is het volledige medialandschap te bestuderen, werd het onderzoek toegespitst op drie Vlaamse dagbladen: De Standaard, Het Laatste Nieuws en Het Belang van Limburg. De hoofdvragen van het onderzoek luiden als volgt:

- Op welke manier hebben De Standaard, Het Laatste Nieuws en Het Belang van Limburg bericht over de ramp op Pukkelpop?
- Bestaan er verschillen in de manier van berichtgeving tussen de drie kranten?

Om inzicht te verwerven in de thematiek van de rampenberichtgeving, werden allereerst verschillende internationale en nationale studies over dit onderwerp geraadpleegd. De belangrijkste bevindingen van deze literatuurstudie staan neergeschreven in het eerste deel van de meesterproef. Uit de doorlichting van de rampenstudies werden een aantal thema's en factoren weerhouden die interessant leken om in dit onderzoek aan de werkelijkheid te toetsen. Deze elementen werden opgenomen in het codeboek, een waarnemingsinstrument dat binnen de kwantitatieve inhoudsanalyse wordt gebruikt om krantenartikels te analyseren. De kenmerken van deze onderzoeksmethode en de totstandkoming van het codeboek worden besproken na de literatuurstudie.

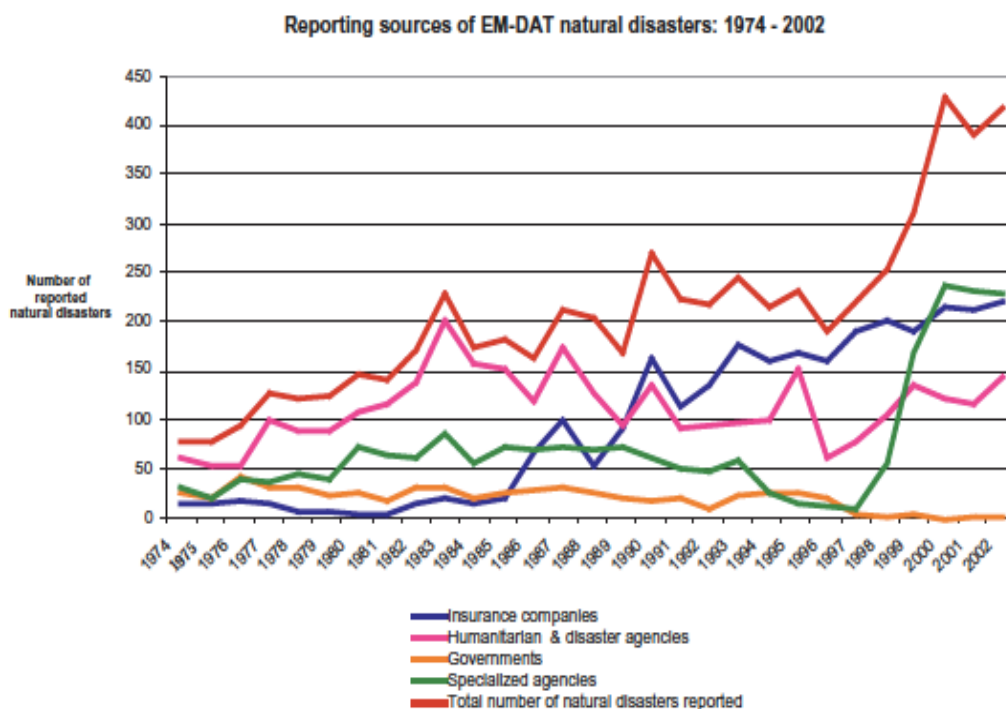
In het totaal werden 259 artikels onderworpen aan een kwantitatieve inhoudsanalyse met behulp van de variabelen uit het codeboek. Deze artikels werden over een periode van zes maanden (augustus – februari) geselecteerd uit drie Vlaamse kranten (De Standaard, Het Laatste Nieuws en Het Belang van Limburg). Deze kranten worden

kort voorgesteld na de uiteenzetting over de gehanteerde methode. Vervolgens worden de onderzoeksvragen en hypothesen van dit onderzoek gepresenteerd. Deze worden stuk voor stuk behandeld in de resultatensectie van deze meesterproef. In de conclusie worden ten slotte alle bevindingen samengevat en wordt getracht een helder antwoord te formuleren op de hoofdvragen van het onderzoek.

2. Literatuurstudie

2.1. Rampen en media

De afgelopen jaren haalden heel wat rampen het wereldnieuws. De tsunami's in Japan en Zuidoost-Azië, de aardbevingen in Haïti en Chili, de Amerikaanse orkaan Katrina, de overstromingen in Pakistan, 9/11, ... Zij zijn slechts het topje van de ijsberg, officiële cijfers leren ons dat er het laatste decennium jaarlijks een 700-tal rampen plaatsvinden. Een rapport van CRED (Centre for Research on the Epidemiology of Disasters) toont een stijging van het aantal rampen en hun impact over een periode van dertig jaar (Guha-Sapir, 2004, p.15):



Figuur 1: aantal rampen

Het CRED werd in 1973 in België opgericht, aan de Universit  Catholique de Louvain. Eén van hun bijdragen aan het rampenonderzoek is EM-DAT, een internationale database voor rampen. Volgens de EM-DAT gegevens vonden er in 2010 wereldwijd zo'n 640 rampen plaats. Deze eisten 304.476 dodelijke slachtoffers, meer dan 304 miljoen anderen waren rechtstreeks betrokken maar overleefden de confrontatie. (EM-DAT, 2010) De grote meerderheid van deze catastrofes vindt plaats

in ontwikkelingslanden, meestal zonder dat wij daar weet van hebben. De media zijn vaak onze enige bron van informatie voor dit soort gebeurtenissen, maar zij kunnen onmogelijk verslag uitbrengen over elk afzonderlijk geval. Ze moeten dus een selectie maken en doen dit volgens allerlei gevestigde nieuwswaarden.

2.2. Nieuwswaarden

Redacties moeten noodzakelijkerwijs keuzes maken over wat ze wel en niet zullen brengen, een proces dat *gatekeeping* wordt genoemd. De Noorse onderzoekers Galtung & Ruge ontdekten dat journalisten een selectie maken op basis van een reeks universele nieuwswaarden. De criteria die ze onderscheiden, zijn onder andere omvang, negativiteit, duidelijkheid en onverwachtheid (Van Gorp, 2006, p.74). Als we deze toepassen op de ‘gemiddelde’ ramp, zien we dat bijna alle ingrediënten aanwezig zijn om er een ‘ideaal’ nieuwsverhaal van te maken. Verschillende internationale studies onderzochten de verslaggeving over rampen en probeerden uit te zoeken waarom de ene ramp wel geselecteerd wordt en de andere niet. Een bepalende factor blijkt de nabijheid te zijn, zij het geografisch, psychologisch, politiek, economisch of cultureel. Een ramp in Europa of Amerika heeft bijvoorbeeld meer kans om geselecteerd te worden dan een ramp in Afrika of Azië. Ook wanneer er landgenoten betrokken zijn, is de kans groot dat er over bericht zal worden. Nabijheid valt bij Galtung en Ruge onder het criterium ‘meaningfulness’: dat wat dichter – in de brede betekenis – bij ons staat, is betekenisvoller voor ons.

2.3. Wat is een ramp?

Vooraleer we dieper ingaan op de berichtgeving over rampen in nieuwsmedia, is het belangrijk te verduidelijken wat we onder het begrip ‘ramp’ verstaan. In navolging van Stijn Joye definiëren we het concept als volgt:

“Rampen definiëren we in deze als plotse of onvoorspelbare gebeurtenissen waarbij er sprake is van een grote impact die de “coping capacity” van een samenleving overtreft en die gepaard gaan met een maatschappelijke en sociale ontwrichting. Een ramp is met andere woorden een belangrijk sociaal gegeven,

een collectief ervaren traumatische gebeurtenis waarvan de oorzaak natuurlijk of menselijk en technologisch van aard kan zijn. De materiële en menselijke schade na een ramp situeert zich zowel op een collectief als individueel niveau waarbij er in veel gevallen sprake is van collectief slachtofferschap.” (Joye, 2011b, p.1)

Het Handbook of Disaster Research houdt zich ook bezig met de vraag ‘What is a disaster?’. Daar wordt de nadruk gelegd op de ramp als een sociaal fenomeen. De natuurverschijnselen zijn dan wel de oorzaak van de schade, maar “it is not the hurricane wind or storm surge that makes the disaster” (Rodriguez, Quarantelli & Dynes, 2007, p.12). Wat het tot een ramp maakt, is de impact op de maatschappij: “The disaster is the impact on individual coping patterns and the inputs and outputs of social systems” (Rodriguez et al., 2007, p.12). Deze visie wordt ook gehanteerd in het rapport van een onderzoek naar de weergave van natuurrampen in Nederlandse dagbladen. Natuurverschijnselen als overstromingen, aardbevingen, orkanen of tsunami’s worden op zichzelf niet als ramp beschouwd. Dit betekent dat er geen sprake is van een ramp wanneer ze in een onbewoond gebied plaatsvinden, maar wel wanneer ze een dichtbevolkte regio treffen. Met andere woorden, “de ramp is een resultante van een natuurlijk fenomeen en de kwetsbaarheid van het getroffen gebied” (Belloni, Douma, Hilhorst, Holla & Kuiper, 2000, p.11). De mate van kwetsbaarheid van een samenleving wordt ook wel de ‘coping capacity’ genoemd. Wanneer een natuurverschijnsel de *coping capacity* van een samenleving te boven gaat, spreekt men van een ramp. De wereldwijde toename van het aantal rampen wordt vaak toegeschreven aan de mens. “De intensiteit van bepaalde fenomenen is toegenomen als gevolg van klimaatsverandering en grootschalige ontbossing” (Belloni et al., 2000, p.11), door menselijk ingrijpen zijn wij met andere woorden allemaal kwetsbaarder geworden...

2.4. Media(de)constructie van rampen

De Belgische onderzoeker Stijn Joye bestudeerde de verslaggeving over rampen in Vlaamse media. Hij onderzocht niet zozeer de inhoud van de berichtgeving maar eerder de selectiecriteria en de mate van aandacht. Over een periode van twintig jaar (1986-2006) analyseerde hij vier Vlaamse kranten: De Standaard, De Morgen, Het

Nieuwsblad en Het Laatste Nieuws. Daaruit bleek dat deze kranten werken volgens een principe dat Joye ‘selectieve inaccuraatheid’ noemt: hun selectie geeft een vertekend beeld van de werkelijkheid. Slechts drie op tien rampen komen aan bod in de dagbladen, de helft ervan zijn Europese rampen. Amper tien procent van het totaal aantal rampen vindt echter plaats in Europa, dit wil zeggen dat de verhouding in de genoemde kranten erg onevenwichtig is. (Joye, 2011a)

Wat betreft de rampen die wel geselecteerd werden, benadrukt Joye het belang van de factor ‘nabijheid’. Op de eerste plaats komen rampen in eigen land, vervolgens die in Europa, dan de rijke niet-Europese landen en ten slotte de derdewereldlanden. Behalve de geografische afstand speelt dus ook de economische status een rol, naast andere vormen van nabijheid zoals psychologische, emotionele of culturele betrokkenheid. Toch blijven de meeste rampen voor ons eerder een ‘ver-van-mijn-bed-show’, wat Joye ‘distant suffering’ noemt: “lijden waar men geen directe getuige van is en weinig tot geen affiniteit of emotionele betrokkenheid mee heeft” (Joye, 2011b, p.2).

Er zijn ook een aantal bepalende rampspecifieke factoren, zoals de omvang, de duur en het type. Hoe groter de omvang – meer slachtoffers, meer schade – hoe groter de kans op selectie. Minder spectaculaire en minder frequent voorkomende rampentypes komen minder vaak in het nieuws. Plotse, onverwachte voorvallen worden verkozen boven aanslepende, langdurige processen.

Binnen het onderzoek van Joye gaat het over buitenlandse rampen en zijn nieuwsmedia de belangrijkste – en meestal de enige – bron van informatie. Daarom spreekt Joye van een mediaconstructie: “voor velen bestaan rampen pas wanneer ze door de nieuwsmedia opgepikt worden” (Joye, 2011b, p.3). Maar tegelijkertijd gaat het ook om een deconstructie omdat de verslaggeving bijzonder arbitrair en selectief gebeurt. Bovendien merkte Joye op dat media een bepaald discours gebruiken om een ramp te kaderen en betekenis te geven. Hij benadrukt het belang van dit discours, dat in grote mate onze kennis en perceptie van de ramp zal bepalen. Zo kunnen de media er voor kiezen een calamiteit als natuurramp dan wel als menselijke of technologische ramp te kaderen. Deze beslissing kan verregaande gevolgen hebben, aldus Joye:

“De discursieve mediaconstructie van een ramp als *natuurramp* dan wel als een *menselijke* ramp heeft kortom verregaande consequenties, specifiek met

betrekking tot de schuldvraag en de bijhorende afhandeling van schade.” (Joye, 2011b, p.5)

Dit zorgt voor een stereotiepe beeldvorming gebaseerd op sensatie en negativiteit, een verschijnsel dat door anderen uitgebreid bestudeerd werd en later aan bod komt. Desalniettemin wijst Joye ook op de positieve functies die de nieuwsmedia in dit soort situaties kunnen hebben. Behalve informeren kunnen ze ook sensibiliseren en een draagvlak of forum aanbieden waar mensen emotionele steun of hulp bij de verwerking kunnen vinden.

2.5. Mediahypes

Ook de Nederlander Peter Vasterman heeft veel onderzoek verricht naar de weergave van rampen in nieuwsmedia. Hij concentreert zich op de inhoud van de berichten en op het gegeven van de nieuwsgolven of mediahypes. Een ramp heeft een extreem hoge nieuwsaarde en krijgt vaak enorm veel media-aandacht. “Rampen in de betekenis van grootschalige dramatische gebeurtenissen met veel slachtoffers en aanzienlijke materiële schade vormen voor de media ‘ideaal’ nieuws” (Vasterman, 2008, p.105), vooral wanneer het in eigen land gebeurt. Dit zorgt voor een gigantische nieuwsgolf die verschillende dagen, weken of zelfs maanden kan duren. Vasterman spreekt van de ramp als media blockbuster: “Een groot, goed lopend verhaal dat eindeloos uitgesponnen kan worden” (Vasterman, 2011, p.2). Een nieuwsgolf kan uitgroeien tot een ware mediahype, een begrip dat Vasterman als volgt definieert: “Media hypes are media-generated news waves reinforcing over and over again one specific frame while ignoring other perspectives” (Vasterman, 2005, p.112). Binnen een mediahype is er dus sprake van een bepaald perspectief of frame dat telkens opnieuw gebruikt wordt. Men zal zoeken naar bevestiging van dit perspectief en weinig aandacht besteden aan zaken die in een andere richting wijzen. Een mediahype is volgens Vasterman het gevolg van zichzelf versterkende processen in het nieuws. Hiermee verwijst hij naar de ‘self-referentiality’ van media; dit wil zeggen dat ze nieuws van elkaar gaan overnemen. (Vasterman, 2002, p.92) Mediahypes zijn kenmerkend voor de manier waarop media omgaan met risico-onderwerpen, aldus Vasterman. Ze leggen de nadruk eerder op het uitzonderlijke dan op het alledaagse en verkiezen atypische gevallen boven typische:

“Bronnen die alarm slaan krijgen meer aandacht dan deskundigen die geruststellende woorden spreken, extreme standpunten meer dan gematigde en opinies meer dan data.” (Vasterman, 2002, p.92)

Binnen een nieuwsgolf of mediahype onderscheidt Vasterman verschillende nieuwsstromen en fases. De eerste fase vlak na de ramp noemt hij ‘commandopostjournalistiek’ (Vasterman, 2008, p.106): onmiddellijke, ‘on the spot’ verslaggeving over wat er gebeurd is. Tijdens deze fase lopen de belangen van de autoriteiten en de media synchroon: wat telt is crisisbeheersing en feitelijke berichtgeving. Persconferenties worden massaal bijgewoond en live uitgezonden en officiële woordvoerders geven het ene interview na het andere. Deze gedeelde belangen houden niet lang stand, “zodra de eerste hectiek voorbij is, komen de media met kritische vragen over de oorzaken van de ramp en het functioneren van de rampenbestrijding” (Vasterman, 2008, p.106). De Amerikaan Dennis Wenger noemt dit in zijn onderzoek ‘The Who, What, When, Where, Why, How, How Much and How Many Syndrome’. Journalisten worden opgeleid om een antwoord te vinden op deze vragen en zetten hun bronnen onder druk om specifieke, gedetailleerde ‘feiten’ vrij te geven. “Unfortunately, these questions are often posed early in the emergency period, and accurate answers to them may not be known for weeks” (Wenger, 1985, p.6). Dit leidt vaak tot het publiceren van inaccurate gegevens of het in vraag stellen van de competentie van de bron omdat deze geen antwoord kan geven.

De tweede fase of secundaire nieuwsgolf begint na één of twee dagen, wanneer er minder ‘nieuws’ is. “Wat bekend is, is inmiddels al vaak herhaald, terwijl de onbeantwoorde vragen voorlopig onbeantwoord zullen blijven” (Vasterman, 2008, p.106). Op dat moment gaan de media hun werkwijze veranderen en hun focus verleggen naar het leed, de emoties, de oorzaken, etc. De twee grootste nieuwsstromen die dan ontstaan, draaien rond het ‘human interest’-perspectief en de schuldvraag. Human interest-verhalen plaatsen het perspectief van de ‘gewone burgers’ voorop en gaan over de “persoonlijke ervaringen van slachtoffers, nabestaanden, ooggetuigen en reddingswerkers” (Vasterman, 2008, p.107). Dit proces, waarbij media een stem geven aan de ‘gewone’ man of vrouw, noemt Joye ‘empowerment’ (Joye, 2011b, p.10).

Daarnaast wordt journalistiek onderzoek verricht om de vragen over schuld en verantwoordelijkheid te kunnen beantwoorden. Hoe kon de ramp gebeuren? Is er wel adequaat opgetreden? Wie draagt de uiteindelijke verantwoordelijkheid? (Vasterman, 2008, p.107) Deze nieuwsstroom geeft aanleiding tot het ontstaan van speculaties en geruchten.

De ramp kan nog wekenlang een hooggeplaatst item op de nieuwsagenda blijven, “alles wat ook maar op de een of andere manier gekoppeld kan worden aan de ramp, zal in dit stadium het nieuws halen” (Vasterman, 2008, p.107). Media gaan als het ware meer nieuws genereren door bijvoorbeeld vergelijkbare incidenten of rampen uit het verleden aan te halen. Ook achtergrondverhalen en reacties uit de maatschappij worden gretig gebracht én gelezen. Het publiek, dat aanvankelijk een grote informatiebehoefte had en alle ontwikkelingen op de voet wilde volgen, is nu nieuwsgierig naar de achtergronden en de gevolgen. De derde en laatste fase is ten slotte de nasleep, waarin de belangstelling afneemt. Elke nieuwe onthulling of ontwikkeling kan dan terug zorgen voor een stijging van de aandacht.

Vasterman haalt verder een aantal punten aan die verderop in deze literatuurstudie aan bod zullen komen. Hij vermeldt het gebruik van stereotiepe beelden die onderdeel uitmaken van de zogenaamde ‘disaster mythology’ (Vasterman, 2008, p.106). Hij benadrukt dat nieuwsmedia een enorme impact kunnen hebben op het publiek, “the media are in a position to play not only an *agenda-setting* but also a *frame-setting* role” (Vasterman, 2005, p.111). De invloed hangt af van factoren als het woordgebruik, de invalshoek, de toon, omvang en intensiteit van de berichtgeving. (Vasterman, 2002, p.92) Hoewel de meeste studies een negatief beeld van de media tonen – sensatiegericht, overdrijvend, stereotiep – gelooft Vasterman net als Joye dat media ook een positieve rol kunnen spelen. Hij heeft het ten slotte ook over het veranderd medialandschap, dat volgens hem één van de oorzaken is voor het ontstaan van nieuwsgolven en mediahypes. Al deze puntjes zullen verderop afzonderlijk besproken worden.

2.6. Veranderd medialandschap

Allerlei technologische ontwikkelingen in de moderne maatschappij zorgen ervoor dat de verschillende nieuwsmedia een almaar groter publiek bereiken. Ze zijn dus voor steeds meer mensen de belangrijkste bron van informatie om op de hoogte te blijven van de gebeurtenissen in hun stad, streek, land én daarbuiten. Dat de berichtgeving een bepalende invloed heeft op de meningen die we vormen, de beslissingen die we nemen en zelfs de manier waarop we de wereld zien, werd dankzij allerlei onderzoeken doorheen de jaren almaar duidelijker. “More than any other news media form, the newspaper has an explicitly normative role in how we see the world” (Conboy, 2007, p.12), aldus Martin Conboy in *The Language of the News*.

In de eerste plaats bepalen de media via *gatekeeping* welk nieuws ze wel en niet aanbieden, wat met zich meebrengt dat onze perceptie van de werkelijkheid steeds gelimiteerd is. Amper 1% van het persbureaumateriaal bereikt uiteindelijk de lezer (Van Ginneken, 1996, p.71). Baldwin Van Gorp verwijst in zijn boek *Framing asiël: indringers en slachtoffers in de pers* naar de vergelijking die Lippmann maakte: “It [the press] is like the beam of a searchlight that moves restlessly about, bringing one episode and then another out of darkness into vision” (Van Gorp, 2006, p.70).

Wanneer de selectie eenmaal gebeurd is, volgt het proces van de nieuwsproductie. Dit is onderhevig aan een heleboel veranderingen in de ‘global village’ die onze wereld is geworden. Internet, smartphones en sociale media doen de tijd- en plaatsbarrières van communicatie verdwijnen: iedereen kan op elk moment op de hoogte worden gebracht van eender wat, eender waar. Dit heeft het aantal nieuwsmedia en de concurrentie onderling aanzienlijk doen stijgen, er is een voortdurende strijd om de aandacht van het publiek te trekken en vast te houden. Dit gebeurt vaak door middel van *eye catchers*, visuele prikkels in de vorm van sensationele krantenkoppen of foto’s.

Onder dit soort omstandigheden kunnen de prioriteiten van journalisten snel omkeren: “the pressure to be first was much greater than the pressure to be right” (Muller & Gawenda, 2009). Deontologische vraagstukken en ethische kwesties verliezen aan belang en begrippen als objectiviteit en neutraliteit lijken in het gedrang te komen. Denk maar aan de vele foto’s en filmpjes die door omstaanders worden gemaakt en vaak meteen op het wereldwijde web worden gepubliceerd. “Dat kan belangwekkende

beelden opleveren, maar ook zorgen voor het opschuiven van de ethische grenzen ten aanzien van het publiceren van schokkende beelden” (Vasterman, 2008, p.106). Niet enkel de grenzen van journalisten verschuiven, ook die van het publiek zijn aan verandering onderhevig. Deze ontwikkeling wordt door de Amerikaanse Susan Moeller ‘compassion fatigue’ genoemd en komt later nog aan bod.

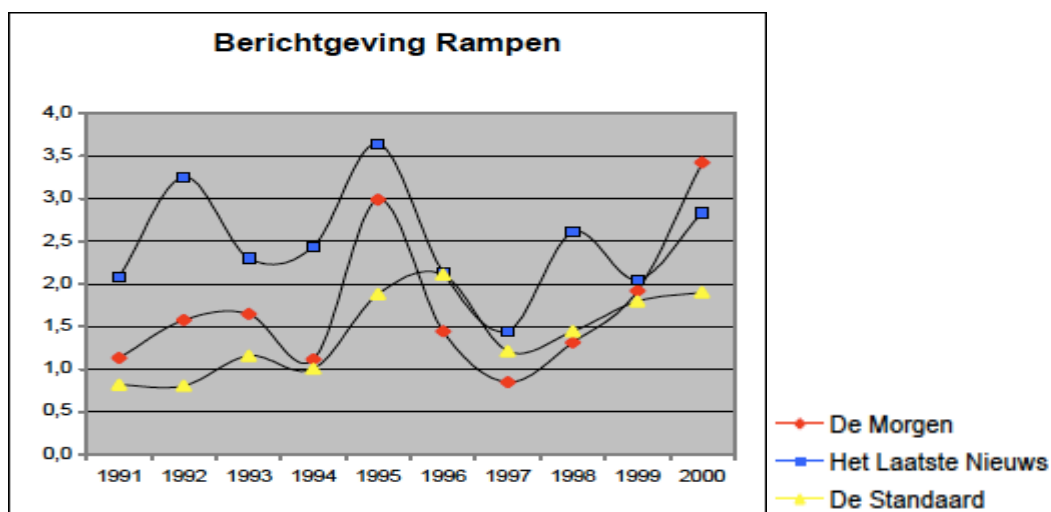
De idealen van empirisme, objectiviteit en neutraliteit die gelden als streefdoel voor nieuwsmedia, kunnen volgens Jaap Van Ginneken nooit bereikt worden. In zijn boek *De schepping van de wereld in het nieuws. De 101 vertekeningen die elk 1 procent verschil maken* probeert hij te verduidelijken waarom. Van Ginneken stelt dat nieuwsmedia “ons geenszins zomaar een ‘venster op de wereld’ bieden, maar vaak een zorgvuldig geënceneerde en geregisseerde versie” (Van Ginneken, 1996, p.140). Dit standpunt komt grotendeels overeen met dat van Martin Conboy in *The Language of the News*. Hij vraagt zich af of er nog steeds een strikt onderscheid bestaat tussen *hard news* en *soft news*. ‘Hard news’ is de objectieve verslaggeving over de feiten, terwijl ‘soft news’ meer achtergrondinformatie en inzicht probeert te verschaffen, vaak vanuit een *human interest*-perspectief. De laatste jaren houdt deze tweedeling steeds minder stand doordat de inhoud van nieuwsmedia aan het verschuiven is. Ook Peter Vasterman heeft het over een perspectiefwissel die heeft gezorgd voor meer *human interest*-verhalen:

“The focus on the personal and emotional stories is the result of a major shift of perspective in journalism in which the experiences of citizens have become equally important as the view of the official sources.” (Vasterman, 2008, p.105)

De oorzaak van deze verschuiving ligt volgens Vasterman bij de opkomst van de commerciële televisie en het internet. Televisiegenres als talkshows en ‘reality tv’ “hebben gezorgd voor een verbreding van de nieuwsdefinities, ook bij de ‘kwaliteitsmedia’” (Vasterman, 2008, p.107). Online is er sprake van een 24-uurs nieuwscyclus, wat zorgt voor meer concurrentie en een grotere druk op redacties om bij te blijven. Na een ramp biedt internet bovendien iedereen de mogelijkheid om ten allen tijde “rechtstreeks en publiekelijk de machthebbers te bekritisieren en belangrijke vragen te stellen rond het falend beleid en de aansprakelijkheid na een ramp” (Joye, 2011b, p.10).

Tabloidisering?

In nagenoeg alle doorgenomen studies over berichtgeving rond rampen werd kritiek gegeven op de manier waarop nieuwsmedia dit onderwerp behandelen. Door de verhoogde concurrentie is de verslaggeving vaak sensationeel en focust het op de meest dramatische en opmerkelijke verhalen. Een ramp is voor de media *big business* en het nieuws neemt eerder de vorm aan van ‘infotainment’. Deze eigenschappen zijn kenmerkend voor wat de tabloidisering van de pers wordt genoemd, als volgt gedefinieerd door de Finse Anna-Kaisa Oikarinen: “Tabloidisation involves a shift to new and more entertainment-oriented kinds of content, and a shift from verbal to visual priorities” (Hauttekeete, 2004, p.3). Dit proces vormde het onderwerp van de doctoraatsthesis van Laurence Hauttekeete, die aantoonde dat er op een aantal vlakken inderdaad sprake is van tabloidisering in de Vlaamse pers. Op vormelijk vlak betekent dit dat er meer en grotere foto’s worden gebruikt, dat de artikels korter worden en de titels groter. Qua inhoud is er minder politiek, economisch en internationaal nieuws en meer sport, vrijheid, misdaad en: rampen. De volgende grafiek toont inderdaad een stijgende tendens in de berichtgeving over rampen (met rampjaar 1995 als uitschieter). (Hauttekeete, 2004, p.11)



Figuur 2: berichtgeving over rampen

Wat de berichtgeving over rampen betreft, ligt de oorzaak van het stereotiepe discours dat veel studies vermelden niet zozeer bij tabloidisering. Deze manier van verslaggeven maakt deel uit van wat in de academische wereld de ‘disaster mythology’ wordt genoemd.

2.7. Disaster myths

Het stijgend aantal rampen, hun steeds grotere impact en de enorme media-aandacht die ze krijgen, vormen het onderwerp van een hele reeks academische studies. De onderzoekers bestudeerden de berichtgeving over verschillende rampen in allerlei landen en stotten allemaal op een gemeenschappelijk kenmerk: de zogenaamde ‘disaster myths’. Deze mythes zijn bepaalde misvattingen over rampen die telkens in de verslaggeving opduiken, “zowel door de presentatie van bepaalde feiten als door de gehanteerde schrijfstijl” (Belloni et al., 2000, p.10). In een onderzoek over de weergave van natuurrampen in Nederlandse dagbladen wordt het concept als volgt omschreven: “Het gaat om vooroordelen die vanwege hun voortdurende en wijd verspreide gebruik mythes genoemd kunnen worden” (Belloni et al., 2000, p.10).

Over de kwalijke gevolgen van het verkeerde beeld dat op deze manier gecommuniceerd wordt, bestaan geen twijfels. Een punt dat ik al eerder aanhaalde, is dat er nog weinig ethische overwegingen aan het publiceren van beelden lijken vooraf te gaan. Dit is één van de oorzaken van wat de Amerikaanse Susan Moeller ‘compassion fatigue’ noemt: “de gewenning van het grote publiek voor de alomtegenwoordige schrijnende beelden” (Joye, 2011a). De media zijn zich bewust van deze ontwikkeling en de sensationele verslaggeving, die onder andere de gruwelijkheden toont die slachtoffers ondergaan, wordt “gelegitimeerd door de gedachte dat het publiek gewend is aan ellende (...) en daarom een hogere drempel heeft om geraakt of aangedaan te worden” (Belloni et al., 2000, p.16). Moeller heeft het niet enkel over rampen, zij bestudeerde hoe de media verschillende negatieve onderwerpen – zoals ziekte, hongersnood, oorlog of dood – ‘verkopen’. Stijn Joye is er van overtuigd dat de rampenberichtgeving – meer bepaald “het gebruik van stereotypen, mythes, eenvoudige metaforen en sterke, ergo vaak dramatische beelden” (Joye, 2010a, p.143) – een belangrijke oorzaak is van *compassion fatigue*. De mogelijke effecten van de berichtgeving zullen later aan bod komen, eerst gaan we bekijken wat mythes precies zijn en wat deze rampenmythes juist inhouden.

Jaap Van Ginneken heeft uitgebreid bestudeerd hoe de wereld ons wordt beschreven in het nieuws. In een bijdrage die hij toepasselijk *De taalkunde van regels en tussen de regels* noemt, bespreekt hij onder andere het voorkomen van mythes. Volgens Van

Ginneken bevat een nieuwsverhaal steeds impliciete verwijzingen naar het “gebruikelijke gezichtspunt” over een bepaald onderwerp, wat hij in navolging van de Franse semioticus Roland Barthes ‘mythes’ noemt:

“Een mythe is voor Barthes de manier van denken over iets in een cultuur, een manier om het te conceptualiseren of te begrijpen. Barthes ziet een mythe als een keten van onderling gerelateerde concepten. Zo houdt de traditionele mythe van de Britse politieagent concepten in als vriendelijkheid, geruststelling, betrouwbaarheid, non-agressie, en het ontbreken van vuurwapens.” (Van Ginneken, 1996, p.135)

John Fiske, de Britse navolger van Barthes, maakt een onderscheid tussen primitieve mythes en subtiele mythes. Primitieve mythes gaan over wezenlijke thema's zoals leven en dood, goed en kwaad, mensen en goden. Subtiele mythes behelzen de meer ‘dagelijkse’ onderwerpen zoals het gezin, succes of de Britse politieagent van Barthes. Ook de *disaster myths* vallen onder deze noemer.

Volgens de Amerikaanse onderzoeker Dennis Wenger worden mythes over rampen algemeen aanvaard omdat ze door de media vereeuwigd worden. Hij benadrukt dat het om foute opvattingen gaat:

“Decades of disaster research have found that many popular images of disaster behaviour, though widely believed, are in fact inaccurate, i.e., they are myths.” (Wenger, 1985, p.10)

Onderzoek toonde aan dat nieuwsmedia de neiging hebben om de chaotische, asociale, irrationele en niet-traditionele aspecten van de gebeurtenis te benadrukken, aldus Wenger. De mythes die hij aanhaalt, zijn de volgende: (massa)paniek, roofovervallen en het beeld van slachtoffers als geshockeerd, onthutst en verstomd. Dit laatste is één van de meest gebruikte – of misbruikte? – beelden binnen rampenberichtgeving.

“This belief is fostered by dramatic news and human interest stories of disaster victims who are pictured as immobilized and uncomprehending of their fate.”
(Wenger, 1985, p.11)

De media doen geloven dat deze mythes bij elke ramp verwacht kunnen worden, maar in werkelijkheid zijn ze zeldzaam of zelfs onwaarschijnlijk. Wenger wijst erop dat deze misvattingen niet enkel via nieuwsmedia worden verspreid maar ook via rampenverhalen in boeken of films. Een ander kenmerk dat nieuwsverslagen delen met dit soort fictie is de tendens tot overdrijven. Dit noemt Wenger het ‘Dresden Syndrome’, naar de Duitse stad Dresden die tijdens Wereldoorlog II volledig plat werd gebombardeerd:

“Media tend to distort the extent of physical damage, human loss, and social disruption associated with a specific disaster. Generally, the electronic and print media accounts overstate and exaggerate the scope of impact and destructive effects of disaster agents.” (Wenger, 1985, p.12)

De meeste aandacht gaat vaak naar buitengewone gevallen die vervolgens gepresenteerd worden als normaal of typerend. In een onderzoek dat Wenger samen met Barbara Friedman uitvoerde, identificeerden ze ook de volgende terugkerende mythes: noodtoestand, massale evacuaties en gebruik van publieke opvangplaatsen en verhoogde criminaliteit.

In andere studies keren dezelfde mythes terug, bijvoorbeeld in de bijdrage van Joseph Scanlon aan het *Handbook of Disaster Research*. Hij maakt een opsomming van datgene wat het publiek over rampen leert via de media. Ten eerste, dat er steeds gevaar voor paniek is. Ten tweede, dat slachtoffers versuft en verward zijn, misschien zelfs in shock, en verzorgd moeten worden door anderen. Ten derde, dat “antisocial behavior” en roofovervallen verwacht kunnen worden. En ten slotte dat een publieke opvangplaats zal nodig zijn in het geval van evacuatie. Kortom, slachtoffers kunnen niet zonder de hulp van efficiënte noodorganisaties. Scanlon ontkracht vervolgens al deze mythes in amper vier zinnen:

“Panic is rarely an issue in emergencies; it is so rare it is difficult to study. Instead of being dazed, confused, and shocked, the injured and uninjured survivors of widespread destructive incidents usually do most if not all of the

initial search and rescue. (...) Looting in the wake of disasters is not only rare, but crime rates also normally fall because people – even criminals – are preoccupied with other things. And though there may be some need for public shelter, usually about 95% of evacuees find their own accommodation.” (Scanlon, 2007, p.416)

Kathleen Tierney, Christine Bevc en Erica Kuligowski gebruikten de orkaan Katrina als *casestudy* in hun onderzoek naar mythes en frames. De mythes die ze vonden waren identiek aan die uit andere studies en kwamen niet overeen met de realiteit:

“Messages contained in the mass media and even in official discourse continue to promote ideas that have long been shown to be false in actual empirical research on disasters.” (Tierney, Bevc & Kuligowski, 2006, p.59)

De oorzaak ligt volgens hen bij bepaalde conventies die mediaorganisaties volgen en standaard *frames* die ze gebruiken. Dit leidt tot de “focus on dramatic, unusual, and exceptional behavior, which can lead audiences to believe such behavior is common and typical” (Tierney et al., 2006, p.61). Ook talloze andere studies – onder andere die van James Goltz of Tyler Svytak – kwamen tot dezelfde conclusies. We kunnen concluderen dat wat Joye ‘selectieve inaccuraatheid’ noemt (cf. supra), niet enkel geldt voor de selectie van rampen maar ook voor de selectie van topics over één ramp. Door voorrang te geven aan de meest sensationele verhalen, creëren de media een foutief beeld van rampen. Een onderzoek dichterbij huis dat dit fenomeen heeft bestudeerd en onze aandacht verdient, is het Nederlandse *Journalistig*.

2.8. Weergave van ‘Natuurrampen’ in Nederlandse Dagbladen

Op 30 november 2000 werd in Nederland een studiedag over rampenjournalistiek georganiseerd. Naar aanleiding van die dag heeft een groep studenten, samen met een medewerker van ‘Rampenstudies Wageningen’, de verslaggeving in drie Nederlandse dagbladen over drie verschillende buitenlandse rampen geanalyseerd. In het kader van de toename van het aantal rampen en de mogelijkheden ons te bereiken via allerlei nieuwskanalen, is het volgens hen belangrijk inzicht te verkrijgen in dit verschijnsel. In navolging van andere academici zijn ze er van overtuigd dat de media ons beeld van rampen bepalen. Wij zien een gebeurtenis door de ogen van de media, “met

gefilterd en gestileerd materiaal creëren journalisten een nieuwe ‘realiteit’” (Belloni et al., 2000, p.7). Hun conclusie: “De media spelen dus een grote rol in ons denken over en reageren op rampen” (Belloni et al., 2000, p.7).

Het onderzoek was een nieuwe bevestiging van het voorkomen van hardnekkige mythes in berichtgeving over natuurrampen. De Nederlandse dagbladen schonken vooral aandacht aan het aantal doden, de materiële schade en de hulpeloosheid van de slachtoffers, die als verstomd of apathisch werden afgebeeld. (Belloni et al., 2000, p.7) De hoofdvraag van de media-analyse – ‘Hoe worden natuurrampen weergegeven in de Nederlandse dagbladen?’ – werd beantwoord aan de hand van zes sub-vragen. Deze bestudeerden de bronvermelding, de schrijfstijl, de accuraatheid van de ‘feiten’, de weergave van de oorzaken, de afbeelding van getroffenen, de beschrijving van hulporganen en instituties, en ten slotte de blik op de toekomst. De analyse van de artikels gebeurde door middel van een onderzoeksinstrument dat zowel kwantitatieve als kwalitatieve aspecten omvatte.

Wat de *disaster myths* betreft, hebben de studenten op basis van verschillende bronnen een lijst gemaakt met de meest voorkomende misvattingen. Een aantal gaan specifiek over buitenlandse rampen, maar het schema is zeker interessant om hier op te nemen:

Box 1: Gangbare mythen over rampen.

- Het is belangrijk direct na de ramp internationale hulpgoederen te sturen zoals tenten, dekens en medicijnen.
- Buitenlandse hulpverleners zijn nodig, ongeacht de aard van hun 'medische' opleiding.
- Slachtoffers van rampen hebben hulpgoederen nodig, geen kennisoverdracht.
- Onbegraven lijken van slachtoffers zijn de belangrijkste bron van verspreiding van besmettelijke ziekten en hun aanwezigheid leidt tot epidemieën.
- Rampen maken hun slachtoffers willekeurig: iedereen kan de pech hebben getroffen te worden, rijk of arm.
- Asociaal gedrag zoals plunderen, roven en prijsopdrijving is 'normaal' na een ramp. Het is daarom nodig na een ramp de noodtoestand uit te roepen.
- Mensen die in gevaar zijn raken in paniek en worden hysterisch. Zij vluchten zonder zich te bekommeren om anderen en verschaffen zich desnoods met geweld toegang tot veiligheid en hulp.
- Voor zover slachtoffers niet in paniek raken, zijn ze hulpeloos, verdwaasd en niet bij machte om te gaan met de situatie na de ramp, wat leidt tot psychologische afhankelijkheid van de hulpverlening.
- Rampen hebben lange termijn effecten op het psychologisch welzijn van getroffenen en leiden tot problemen, zoals trauma's en andere emotionele aandoeningen.
- Gemeenschapsverbanden worden verbroken en de moraal na een ramp is laag. Maatschappelijke dienstverlening wordt voor lange tijd lam gelegd.
- Het is het beste om slachtoffers onder te brengen in tijdelijke vluchtelingenkampen. Iedereen die vlucht maakt gebruik van officiële opvang en hulpverlening.
- Een aantal weken na de ramp gaat een samenleving weer over tot de orde van de dag.

Bronnen: Disaster and Emergency Reference Centre (DERC), Fisher (1998:13-17), Ville de Goyet (1999).

Figuur 3: gangbare mythes over rampen

Het merendeel van deze mythes werd teruggevonden in de geanalyseerde artikels. Bovendien blijkt 'de ramp van de media' telkens een bepaalde levensloop te volgen. Deze begint met ruwe schattingen van het aantal doden en gewonden en de materiële schade. Tegelijkertijd probeert men de fysische kenmerken (bijvoorbeeld de windsnelheid) van de ramp op te sommen. "In dit stadium wordt op een emotionele/dramatische manier getuige gedaan van de vernietigende werking van de ramp" (Belloni et al., 2000, p.37). In de volgende fase worden aangepaste, meer specifieke cijfers gegeven en komen de acties van de hulporganisaties aan bod. De climax van de berichtgeving wordt bereikt wanneer alle beschikbare details worden vrijgegeven. Artikels met achtergrondinformatie over de oorzaken van de ramp of de initiatieven van de lokale bevolking zijn uitzonderlijk.

Een opmerkelijke vaststelling was dat de rapportage over de meest 'nabije' ramp verschilde van die van de andere rampen. Het betrof een aardbeving in Turkije, die letterlijk maar ook figuurlijk dichtbij was. Door het groot aantal Turkse Nederlanders was er namelijk sprake van identificatie met de getroffenen. Er werd niet enkel meer aandacht besteed aan deze aardbeving, "bovendien blijkt de

berichtgeving over Turkije minder gehinderd door mythes en beeldvorming” (Belloni et al., 2000, p.37). De auteurs geloven dat het gebruik van mythes over natuurrampen versterkt wordt door de klassieke beeldvorming rond ontwikkelingslanden. In dat geval zou de verslaggeving over rampen in Europa – en dus ook in eigen land – minder beroep doen op *disaster myths*.

2.9. Effecten op het publiek

Waarom zijn er talloze onderzoeken die de berichtgeving over rampen bestuderen? De aangehaalde studies wijzen allemaal op de invloed die de nieuwsmedia kunnen uitoefenen op het publiek. Onze kennis en perceptie van gebeurtenissen wordt in grote mate door hen bepaald, vandaar het belang van het onderzoek naar de aard van de verslaggeving.

Het effect op het publiek is een vaak bestudeerd én bediscussieerd onderwerp in de academische wereld. Tijdens de eerste helft van de 20^e eeuw zorgde de stijgende populariteit van film en televisie voor heel wat bezorgdheid. Een grootschalig onderzoek in de jaren dertig – de *Payne Fund studies* – kwam tot de conclusie dat films een enorme impact hadden op kinderen. Dit soort standpunten behoort tot de theorieën van het ‘maximale effect’, “wat meestal de ‘stimulus-respons’, de ‘magic bullet’ of de injectienaald-theorie wordt genoemd” (Van Ginneken, 1996, p.160). Aan het andere uiteinde van het continuüm vinden we ook theorieën van de ‘minimale effecten’, die het tegenovergestelde standpunt innemen.

De meeste studies over rampenberichtgeving en *disaster myths* wijzen op de belangrijke rol van media en de mogelijke negatieve en positieve effecten van hun verslaggeving. Nieuwsmedia zijn mede-verantwoordelijk voor het wijdverspreide geloof in rampenmythes en bieden het publiek een overdreven en misvormd beeld van de werkelijkheid. Zoals Peter Vasterman het stelt: de media kunnen voor ons het nieuws volgen, maar ze kunnen het ook leiden:

“they can also play a leading role in the social construction of the problem after a disaster (...). Operating in this mode, the media can have a huge impact on the way that a disaster and the risk issues involved are defined and perceived by the public as well as the authorities” (Vasterman, 2005, p.110)

Zoals ik al aanhaalde, hebben de media volgens Vasterman een *agenda-setting* en een *frame-setting role*. (Vasterman, 2005, p.111) Ten eerste plaatsen de nieuwsgolven en mediahypes waar hij het over heeft een onderwerp hoog op de maatschappelijke agenda. Ten tweede wordt het *frame* binnen een mediahype gekozen om een bepaald probleem te kaderen, dit wil zeggen: “to propagate a specific problem definition, causal interpretation, moral evaluation, and problem-solving recommendations” (Vasterman, 2005, p.111). In wat volgt gaan we dieper in op de processen van *agenda setting* en *framing*.

2.9.1. Agenda-setting

De essentie van *agenda setting* wordt mooi verwoord door Bernard Cohen, de eerste naoorlogse auteur die het proces van nader bestudeerde:

“It [the press] may not be succesful much of the time in telling people what to think, but it is stunningly succesful in telling its readers what to think *about*.”
(Scanlon, 2007a, p.36)

Door tijd- en plaatsgebrek kunnen de nieuwsmedia ons onmogelijk een perfecte weerspiegeling van de realiteit aanbieden. Zoals eerder gezegd, moeten ze noodgedwongen keuzes maken. Via nieuwsselectie filteren ze de werkelijkheid en tijdens de nieuwsproductie gaan ze die selectie vormgeven. Hun voorkeur voor bepaalde onderwerpen zorgt ervoor dat het publiek deze onderwerpen belangrijker zal vinden dan andere. (Barnes, Hanson, Novilla, Meacham, McIntyre & Erickson, 2008) De invloed van de media op de publieke agenda kan verregaande gevolgen hebben, het bepaalt immers datgene waar mensen over nadenken, over praten en besluiten over nemen. (Van Ginneken, 1996) Vaak gaat men zelfs een stapje verder en wordt er ook een zekere denkrichting aangewezen, wat ons bij het concept van *framing* brengt.

2.9.2. Framing

De internationale studies naar de berichtgeving over rampen hebben het bijna allemaal over het proces van *framing*, aangezien dit nauw verbonden is met de aanwezigheid van *disaster myths*. Tyler Svitak bijvoorbeeld, stelt zich de vraag ‘How did the media frame the earthquakes in Haiti and Chile?’. Hij definieert een *frame* als de lens die het publiek een deel van het grotere geheel toont. (Svitak, 2010, p.3) Hij voegt er meteen aan toe dat de gebruikte *frames* of onderliggende thema’s soms overdreven of zelfs volledig fout zijn, wat voor misopvattingen bij het publiek zorgt.

Bovendien hanteren de media vaak een kleine lens om grote problemen te visualiseren. De *frames* die Svitak terugvond in de artikels over de aardbevingen in Haiti en Chili waren onder meer: sterfte en verwondingen, criminaliteit, materiële vernietiging en reddingsoperaties (Svitak, 2010). Deze komen dus overeen met de eerder opgesomde rampenmythes.

De lens van Svitak is wat Jaap Van Ginneken het ‘Burda model’ noemt. Burda is de naam van een bekend Duits modeblad dat elke maand een groot aantal naaipatronen bevat. Doordat deze allemaal op één pagina worden gedrukt, is het zo goed als onmogelijk om op het eerste gezicht een afzonderlijk patroon te ontwaren. Pas wanneer je de lijnen aanduidt met een stift wordt het gekozen patroon zichtbaar. Dit proces vergelijkt Van Ginneken met de werking van de media:

“De verslaggeving is als de viltstift die ons helpt bepaalde patronen te accentueren, hun coherentie en ‘logica’ te onderkennen, en ze vanaf dat moment als vanzelfsprekend waar te nemen. Een heleboel andere, die in principe even coherent en logisch zijn, worden daarbij over het hoofd gezien.” (Van Ginneken, 1996, p.22)

Een laatste, belangrijke, auteur die zeker aan bod moet komen wanneer het over framing gaat, is Baldwin Van Gorp. Hij definieert een frame als een “standvastige, metacommunicatieve boodschap die het structurerende denkbeeld weergeeft dat een nieuwsbericht samenhang en betekenis verleent” (Van Gorp, 2006, p.46).

‘Standvastig’ omdat een frame meestal stabiel is en ongewijzigd blijft, doordat ze “verweven zijn met de cultuur, zoals met mythes, waarden en overtuigingsystemen” (Van Gorp, 2006, p.50). ‘Metacommunicatie’ is het communiceren over de communicatie zelf en betekent dat de media ons niet enkel informatie verschaffen maar via het frame ook een manier om deze informatie te interpreteren. Het beïnvloedt met andere woorden hoe wij de werkelijkheid percipiëren, begrijpen en betekenis geven. De term framing verwijst naar dat proces:

“Framing is het proces waarbij een frame enerzijds bij de productie van een nieuwsbericht aangeeft welke elementen uit de waargenomen realiteit te selecteren, uit te sluiten, te benadrukken of aan te vullen, en anderzijds de ontvangers van context en een betekenisuggestie voorziet.” (Van Gorp, 2006, p.46)

Een frame komt tot stand aan de hand van een reeks taalmiddelen die zich manifesteren in de tekst, zoals metaforen, woordkeuze of stereotypes. Dit is wat Van Gorp 'framing devices' noemt, "contextuele *cues* die het publiek trachten aan te zetten de werkelijkheid in overeenstemming met de visie van het medium te definiëren" (Van Gorp, 2006, p.60). Onderzoek heeft uitgewezen dat framing inderdaad het denkproces van het publiek beïnvloedt. Mensen nemen de frames van de nieuwsmedia over en aanschouwen de werkelijkheid door de bril van de journalisten.

3. Methode: kwantitatieve inhoudsanalyse

Als methode voor dit onderzoek werd gekozen voor een kwantitatieve inhoudsanalyse. Net als bij andere onderzoekstypen binnen de communicatiewetenschap is de werking van de (massa)media vaak het centrale vraagstuk (Wester, Renckstorf & Scheepers, 2006). Reeds in de 17^e en 18^e eeuw werd inhoudsanalyse gebruikt, voornamelijk in theologische studies omdat de Kerk bezorgd was over de verspreiding van anti-religieuze ideeën. De methode kende echter pas in de 20^e eeuw zijn eerste grootschalige toepassing bij de propaganda analyse tijdens de Tweede Wereldoorlog. Hierna vond de inhoudsanalyse zijn weg naar verschillende disciplines en werd het gebruik veralgemeend, mede dankzij de theoretische werken van Berelson. (Krippendorff, 1989) Hij definieert de inhoudsanalyse als volgt:

“Content analysis is a research technique for the objective, systematic, and quantitative description of the manifest content of communication” (Berelson, 1952, p.18). Het laat toe om bepaalde manifeste kenmerken van teksten op een systematische en kwantificerende manier te beschrijven. ‘Systematisch’ betekent dat er een uitgewerkt waarnemingsinstrument wordt gebruikt, in dit geval een codeboek. De resultaten van de waarneming zijn ‘kwantificeerbaar’, dit wil zeggen dat ze in cijfers uitgedrukt kunnen worden, op voorwaarde dat de steekproef voldoende groot is. Het criterium ‘objectiviteit’ vereist ten slotte dat dezelfde resultaten door andere waarnemers kunnen bekomen worden.

Kwantitatieve inhoudsanalyse wordt vaak gebruikt om de verschillende media en hun boodschappen te bestuderen. Het opgestelde codeboek wordt dan door één of meerdere codeurs toegepast op de meeteenheden: radioberichten, televisiejournaals, krantenartikels, etc. Binnen dit onderzoek vormen de artikels van drie Vlaamse kranten de meeteenheden en gebeurt de waarneming door één codeur.

Het gebruik van deze onderzoeksmethode brengt voor- en nadelen met zich mee. Sommige theoretici – zoals Bernard Berelson – geven als kritiek dat een kwantitatieve inhoudsanalyse enkel observeerbare kenmerken bestudeert zonder rekening te houden met latente betekenissen. De hoge mate van aandacht voor kwantificering laat met andere woorden weinig ruimte voor de interpretatie van kwalitatieve aspecten.

Positief is dat men op die manier de validiteit en betrouwbaarheid van de resultaten beter kan garanderen.

3.1. Steekproeftrekking

Bij een kwantitatieve inhoudsanalyse is er meestal sprake van een grote hoeveelheid aan materiaal. Dit aantal kan gereduceerd worden tot haalbare proporties door middel van een steekproeftrekking. Er bestaan verschillende manieren om een steekproef te bekomen, meestal wordt een onderscheid gemaakt tussen *random* en *non random sampling*. Bij een *random* of willekeurige steekproef heeft elke eenheid even veel kans om geselecteerd te worden. De *non random* of niet-willekeurige steekproef laat weinig of niets aan het toeval over. Deze vorm wordt afgeraden omdat de steekproef dan niet representatief is voor de populatie en omdat de behaalde resultaten dan niet veralgemeenbaar zijn. (Neuendorf, 2002) Een willekeurige, toevallige of aselechte steekproef kan op verschillende manieren getrokken worden, Neuendorf onderscheidt in *The Content Analysis Guidebook* zes vormen. Bij een zuivere of enkelvoudige aselechte steekproef krijgt elk lid van de populatie een nummer en vindt er vervolgens een willekeurige trekking plaats. Een systematische steekproef selecteert eenheden volgens een bepaald interval, bijvoorbeeld elk tiende exemplaar. Wanneer er binnen de populatie sprake is van een zekere periodiciteit, mag deze niet overeenkomen met het gekozen interval. Een steekproef van krantenartikels waarbij elk zevende exemplaar wordt gekozen, zou dan telkens dezelfde weekdag selecteren, wat tot vertekende resultaten kan leiden. In zo'n geval is de gestratificeerde steekproef een betere keuze. Die houdt rekening met bepaalde klassen (strata) binnen de populatie om de representativiteit van elke subgroep te verzekeren. Neuendorf noemt verder ook nog *cluster sampling*, waarbij een groep eenheden samen wordt geselecteerd, *multistage sampling*, waarbij de steekproeftrekking in verschillende stappen wordt gedaan, en tenslotte de mogelijke combinatie van verschillende technieken. (Neuendorf, 2002)

Binnen dit onderzoek moest op twee verschillende niveaus een steekproeftrekking plaatsvinden, ten eerste de te bestuderen kranten en ten tweede de te analyseren artikels. De selectie van kranten lieten we niet aan het toeval over, dit zou immers leiden tot vertekeningen. Binnen de populatie van Vlaamse kranten zouden dan enkel

kwaliteitskranten of populaire kranten geselecteerd kunnen worden, of dagbladen die tot dezelfde mediagroep behoren. Er werd beslist om één kwaliteitskrant, één populaire krant en één regionale krant te analyseren. Uiteraard werd gekozen voor dagbladen die niet door dezelfde mediagroep worden uitgegeven. Zo kwamen we bij de keuze voor De Standaard, Het Laatste Nieuws en Het Belang van Limburg. Volgens cijfers van het Centrum voor Informatie over de Media (CIM) heeft De Standaard de hoogste oplage van de Vlaamse kwaliteitskranten en Het Laatste Nieuws de hoogste oplage binnen de Vlaamse populaire kranten. De regionale krant Het Belang van Limburg werd gekozen omwille van het plaatsvinden van de Pukkelpop-ramp in Hasselt.

De selectie van artikels gebeurde met behulp van de digitale persdatabank Mediargus. De zoekterm ‘Pukkelpop’ leverde tussen 19 augustus 2011 en 1 maart 2012 voor de drie kranten samen 512 artikels op. Hieruit werden enkel de artikels geselecteerd die de ramp op Pukkelpop als hoofdonderwerp hadden. Met deze resultaten werd een grafiek gemaakt die de verdeling van artikels doorheen de tijd toont. In deze grafiek konden duidelijk de momenten onderscheiden worden waarop het meest geschreven werd. De betreffende periodes werden afgebakend en alle artikels die binnen deze piekmomenten verschenen, werden geselecteerd voor analyse. Op die manier werden 259 artikels weerhouden. De verdeling van de artikels over de verschillende periodes wordt in de volgende tabel getoond:

Periode	Data	Aantal artikels
1	19 en 20/8	104
2	22 t.e.m. 27/8	89
3	29 en 31/8	10
4	23, 24 en 30/9	13
5	1, 18, 19 en 20/10	17
6	5, 14, 15, 21 en 22/11	14
7	16, 17, 18, 26 en 27/1	12
		259

Tabel 1: aantal artikels per periode

3.2. Opstellen codeboek

Voor de analyse van de artikels werd een codeboek opgesteld, een werkdocument waarin elke variabele een code krijgt toegewezen. Naast krant, datum, pagina en journalist werden ook de vormelijke kenmerken van de artikels onderzocht. De afmetingen van de titel, foto's en het volledige artikel werden berekend en het aantal woorden kon via Mediargus worden afgelezen. Ook inhoudelijke aspecten komen aan bod. Zo wordt er gevraagd naar het hoofdonderwerp, de gebruikte bronnen, de aanwezige rampenmythes, de accuraatheid van de gegevens en het voorkomen van kritiek. Ten slotte wordt ook nog gekeken of er een schuldige wordt aangeduid, een quote in de titel staat, emoties worden afgebeeld op de foto's en of de cijfergegevens worden overdreven. Op basis van deze en voorgaande variabelen wordt de algemene toon van het artikel bepaald, dit kan gaan van zeer positief tot zeer negatief. Omdat het onhaalbaar is om voor elke variabele alle mogelijke waarden op te geven, werd regelmatig 'andere' als restcategorie toegevoegd. De code 99 ('Niet van toepassing') werd gehanteerd wanneer de gevraagde variabele niet voorkwam in het artikel. Dit was bijvoorbeeld het geval bij de variabele 'Accuraatheid aantal doden' wanneer het artikel geen melding deed van het aantal dodelijke slachtoffers.

3.3. SPSS

De data bekomen aan de hand van het codeboek, werden ingegeven in het statistische computerprogramma SPSS. Daar werden allerlei berekeningen uitgevoerd met deze gegevens om zo een antwoord te kunnen geven op de verschillende onderzoeksvragen.

4. Voorstelling van de kranten

4.1. De Standaard

De kwaliteitskrant De Standaard is een uitgave van De Vlaamse Uitgeversmaatschappij (kortweg VUM), net als zijn populaire broertje Het Nieuwsblad. Het dagblad De Standaard zag het levenslicht in 1918, als kind van Vlaamsgezinde ouders. Deze mentaliteit was duidelijk aanwezig in het blad, dat dé referentie voor elke “rechtgeaarde Vlaming” moest worden (Verleyen, 2005, p.67). Die missie werd vanaf eind 1919 uitgedrukt door middel van de afkorting AVV-VVK: Alles voor Vlaanderen – Vlaanderen voor Kristus. Tot in de jaren zeventig vaarde de krant een duidelijk Vlaamse koers en bleef de oplage steeds stijgen. Maar de economische recessie tijdens de crisisjaren zeventig spaarde niets of niemand en leidde uiteindelijk tot een faillissement van de verschillende maatschappijen van de Standaard-groep. Datzelfde jaar werd de Vlaamse Uitgeversmaatschappij opgericht, die “de publicatie van *De Standaard*, *Het Nieuwsblad* en *De Gentenaar* hernam” (Verleyen, 2005, p.70). Onder het VUM-bewind werden heel wat veranderingen doorgevoerd. Er vonden saneringen plaats, het AVV-VVK embleem verdween van de voorpagina en commerciële belangen kregen meer en meer greep op de krant. De ideologie werd gehandhaafd maar de Vlaams-christelijke overtuigingen werden stilaan minder uitgesproken (Van Nieuwenhuysse, 2005, p.354). Samen met de naam VUM verdween in 2006 ook de Vlaamse achtergrond, de persgroep heet sindsdien Corelio. (De Bens, 2007, p.309)

4.2. Het Laatste Nieuws

Op 7 juni 1888 werd het eerste nummer van Het Laatste Nieuws uitgegeven. Initiatiefnemer en uitgever was de liberale flamingant Julius Hoste, die een duidelijke doelgroep en ideologie voor ogen had. De krant was Vlaamsgezind, liberaal, volks en vrijzinnig en beschikte toen al over de nodige ingrediënten om een groot publiek te bekoren. Feuilletons, regionieuws, grote gerechtszaken en illustraties: “Geen wonder dat het blad al gauw uitstekend verkocht en binnen de kortste keren de grootste krant van het land werd” (Verleyen, 2005, p.98). In 1918 gaf vader Hoste de fakkel door

aan zijn zoon, de ideologie bleef dezelfde en de oplage bleef stijgen. Vanaf de jaren zestig verzwakte de band tussen de politiek en het Vlaamse medialandschap en werden politieke belangen ingeruild voor commerciële. De populaire aanpak – veel kleurrijke foto's, faits divers en sport – slaagde er in jaar na jaar een groter lezerspubliek te lokken. Het Laatste Nieuws is tot vandaag de krant met de hoogste oplage in Vlaanderen. Met 217.220 exemplaren (tegenover 48.885 abonnementen) is vooral de losse verkoop een groot succes. (De Bens, 2007)

4.3. Het Belang van Limburg

Het Belang van Limburg wordt uitgegeven door Concentra, samen met onder andere de Gazet van Antwerpen en Metro. Het ontstond in 1879, toen de broers Theelen een lokaal opinieweekblad begonnen: Het Algemeen Belang der Provincie Limburg. Na een onderbreking tijdens de Eerste Wereldoorlog startte zoon Frans Theelen de drukkerij terug op. “In 1924 verhuisde zoon Theelen de activiteiten van Tongeren naar Hasselt en startte er zijn eigen, nieuwe drukkerij Concentra op” (Verleyen, 2005, p.82). De katholieke senator Hubert Leynen was hoofdredacteur van het blad tot 1976 en omschreef de redactionele lijn als ‘Limburgs, volks, christelijk en Vlaams’. Begin 1973 verscheen Het Belang als eerste Vlaamse krant in kleur. Geleidelijk aan verzekerde het blad haar monopoliepositie in de provincie Limburg. Sinds de jaren negentig heeft Het Belang van Limburg een maximum van 100.000 exemplaren behouden. (Verleyen, 2005, p.83)

5. Onderzoeksvragen en hypothesen

In deze meesterproef wordt hoofdzakelijk onderzocht hoe de drie geselecteerde kranten hebben gecommuniceerd over de Pukkelpop-ramp. De hoofdvraag luidt dan ook:

- Op welke manier hebben De Standaard, Het Laatste Nieuws en Het Belang van Limburg bericht over de ramp op Pukkelpop?

Vervolgens worden de resultaten onderling vergeleken en worden de verschillen en gelijkenissen tussen de dagbladen bestudeerd. De tweede hoofdvraag kan dus als volgt geformuleerd worden:

- Bestaan er verschillen in de manier van berichtgeving tussen de drie kranten?

Teneinde deze onderzoeksvragen te kunnen beantwoorden, werden ze opgesplitst in een aantal subvragen:

- a. Is er sprake van een mediahype in de verslaggeving over de ramp?
- b. Worden bepaalde rampenmythes in stand gehouden?
- c. Vertonen de kranten tabloidkenmerken in hun berichtgeving over de ramp?
- d. Zijn de voorgestelde gegevens accuraat?
- e. Wordt er openlijk kritiek gegeven? Van welke bron is de kritiek afkomstig?
- f. Wordt de schuldvraag beantwoord?
- g. Behouden de verschillende kranten éénzelfde visie gedurende de totale berichtgeving?
- h. Rekening houdend met alle voorgaande factoren, draagt de berichtgeving bij tot een positieve of negatieve beeldvorming over Pukkelpop?

Op basis van deze vragen werd het codeboek opgesteld en werden een aantal hypothesen vooropgesteld. De inhoud van deze hypothesen zal met behulp van het onderzoek bevestigd of weerlegd worden. Ze luiden als volgt:

H1: De berichtgeving over de ramp verloopt bij de drie kranten volgens de principes van een mediahype.

H2: De populaire kranten berichten meer over de ramp dan de kwaliteitskrant.

H3: De populaire kranten verspreiden meer rampenmythes dan de kwaliteitskrant.

H4: Over het algemeen neigen de drie kranten naar meer tabloidkenmerken bij de berichtgeving over Pukkelpop. De populaire kranten vertonen meer tabloidkenmerken dan de kwaliteitskrant.

H5: Het human interest-frame zal in de drie kranten overheersen en het meest gebruikt worden in de populaire kranten.

H6: De eerste dagen zullen het meest inaccurate gegevens verschijnen, na verloop van tijd zullen deze onnauwkeurigheden verdwijnen.

H7: Aanvankelijk zijn de media voorzichtig met kritiek en ligt de nadruk op empathie en emotie, naarmate de tijd verstrijkt zullen de drie kranten zeer kritische vragen stellen.

H8: Het Belang van Limburg zal door de nabijheid meer empathie vertonen en minder kritisch uit de hoek komen.

H9: Het nieuws zal de voorpagina halen of vooraan in de krant staan. Naarmate de tijd vordert wordt het aantal artikels minder en verschijnt het meer achteraan in de krant.

H10: De berichtgeving draagt in de drie gevallen eerder bij tot een negatieve beeldvorming over Pukkelpop, met voorop Het Laatste Nieuws.

6. Resultaten

In wat volgt worden de resultaten van mijn onderzoek per subvraag gepresenteerd. Op die manier zullen gaandeweg de vooropgestelde hypothesen bevestigd of ontkracht worden. Aan de hand van deze resultaten zal ik in de conclusie trachten een antwoord te formuleren op de hoofdvragen van dit onderzoek.

a. Is er sprake van een mediahype in de verslaggeving over de ramp?

H1: De berichtgeving over de ramp verloopt bij de drie kranten volgens de principes van een mediahype.

H2: De populaire kranten berichten meer over de ramp dan de kwaliteitskrant.

Teneinde deze vraag correct te kunnen beantwoorden, citeer ik opnieuw de definitie van een ‘mediahype’ van Peter Vasterman: “Media hypes are media-generated news waves reinforcing over and over again one specific frame while ignoring other perspectives” (Vasterman, 2005, p.112). Zoals we reeds zagen identificeert Vasterman binnen een mediahype drie verschillende nieuwsstromen of fases: de ‘commandopostjournalistiek’, de secundaire nieuwsgolf en de nasleep. Om te kunnen spreken van een mediahype moeten er dus drie ingrediënten aanwezig zijn: grote nieuwsgolven, het gebruik van dezelfde frames en het verloop in fases. Daarom heb ik deze vraag ingedeeld in drie onderdelen:

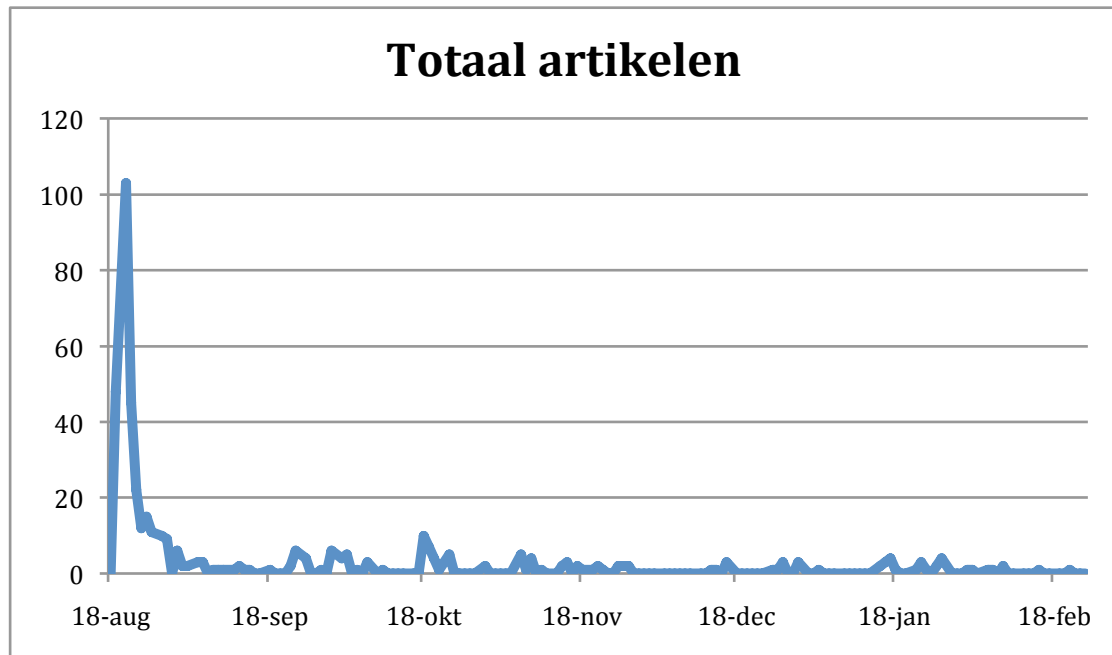
A1. Hoe evolueert het aantal artikels per dag gedurende de onderzochte periode?

A2. Hanteren de drie kranten dezelfde frames tijdens de verschillende periodes?

A3. Verloopt de berichtgeving volgens de fases van Vasterman?

A1.

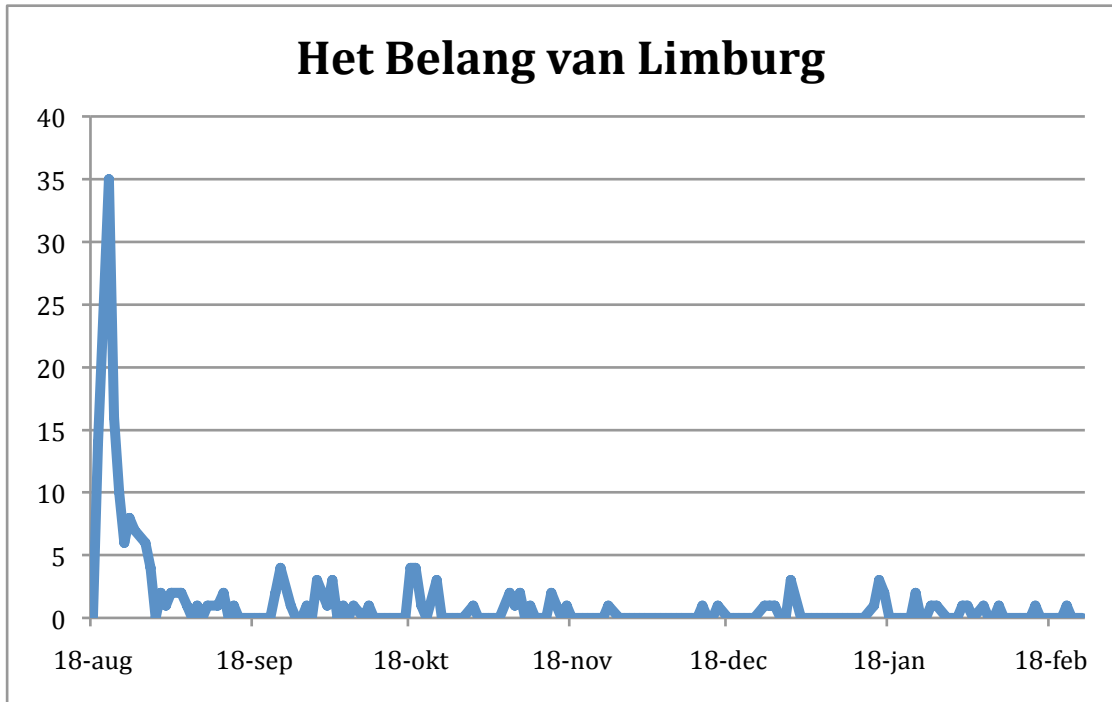
De beste manier om een duidelijk beeld te geven van de golfbeweging in de verslaggeving is een grafiek met op de x-as de datum en op de y-as het aantal artikels. Voor het totaal aantal artikels uit de onderzochte periode geeft dat het volgende resultaat:



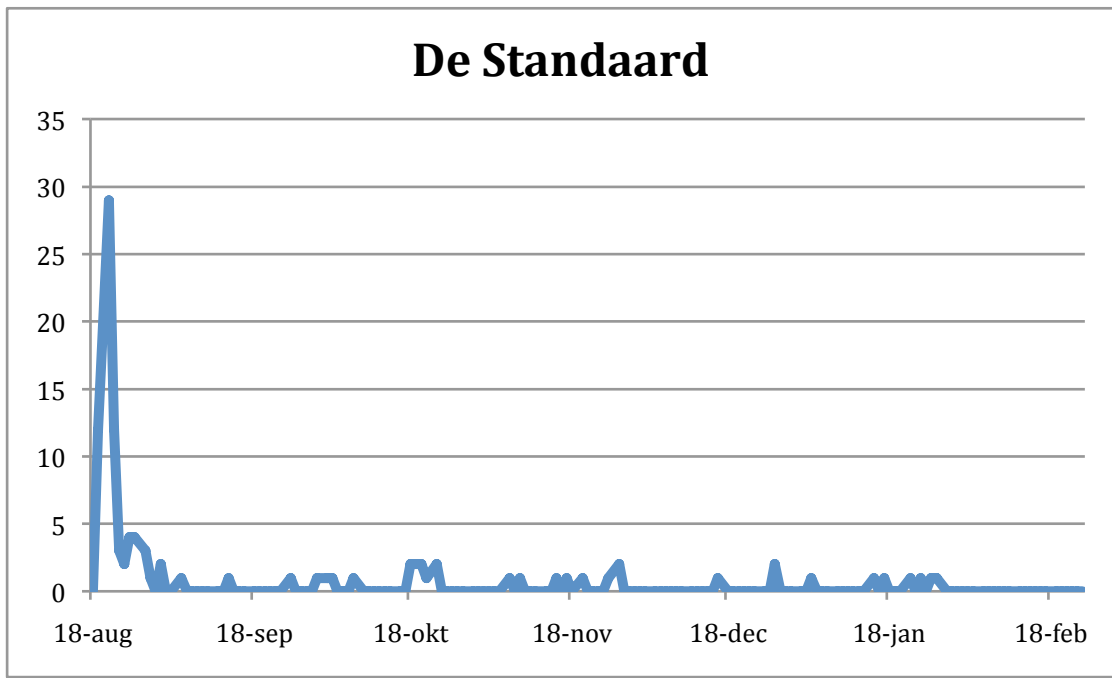
Figuur 4: grafiek totaal artikels

Hier zien we duidelijk dat het aantal artikels sterk fluctueert, met een grote uitschieter vlak na de ramp. De grafiek volgt het typische verloop van een nieuwsgolf: pieken en dalen wisselen elkaar af doordat de aandacht telkens uitdooft en bij elk nieuw element terug heropleeft. Tussen 18 augustus en 18 februari verschenen er in de drie onderzochte kranten 432 artikels over de storm op Pukkelpop. Daaruit werden enkel die artikels geselecteerd die zich in de belangrijkste piekperiodes bevonden, wat een totaal van 259 te analyseren artikels opleverde. Deze werden vervolgens ingedeeld in zeven periodes om de evolutie in de tijd te kunnen bestuderen.

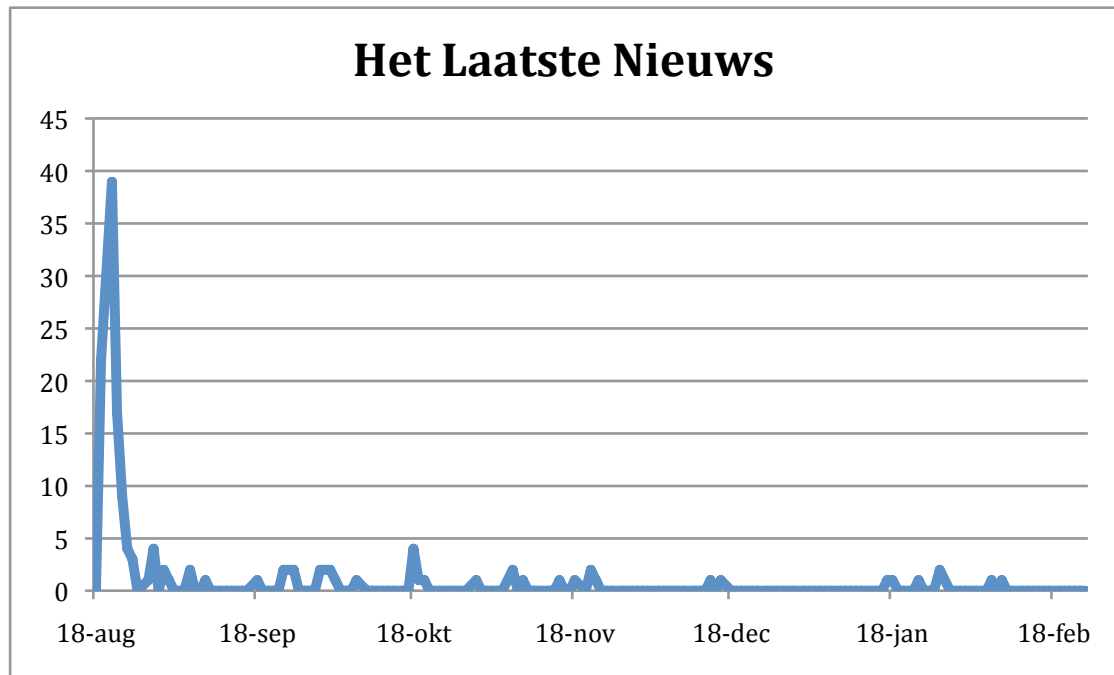
Wanneer we voor elke krant een aparte grafiek maken, zien we dat de golfbewegingen grotendeels overeenstemmen. Deze overeenstemming is een gevolg van wat Vasterman ‘self-referentiality’ noemt. (Vasterman, 2002, p.92) Dit wil zeggen dat verschillende media nieuws van elkaar gaan overnemen, waardoor de pieken en dalen in de verslaggeving samenvallen. Deze tendens zorgt er eveneens voor dat verschillende kranten identieke frames gebruiken. Of dat in de berichtgeving over Pukkelpop ook het geval is, wordt in de volgende vraag onderzocht.



Figuur 5: grafiek totaal artikels HBVL

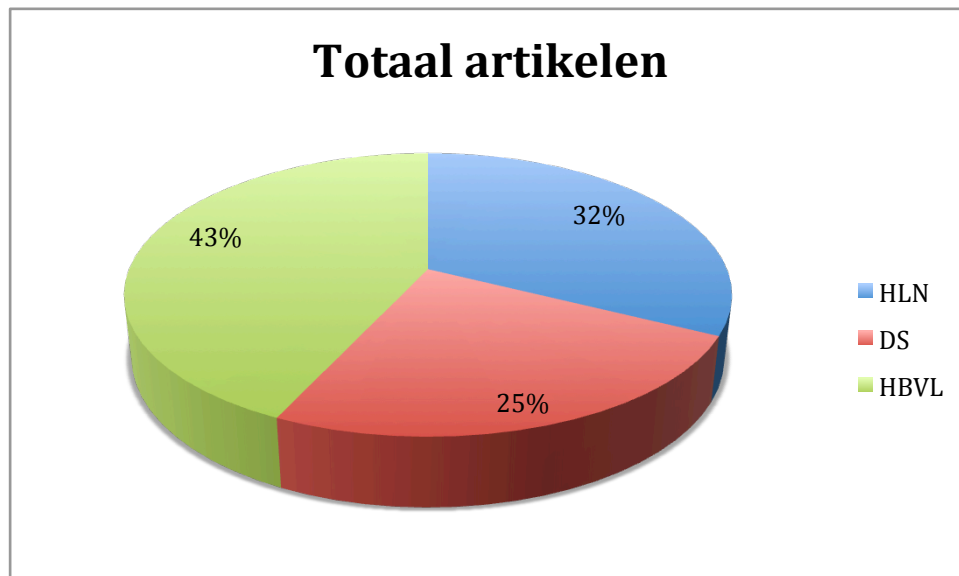


Figuur 6: grafiek totaal artikels DS

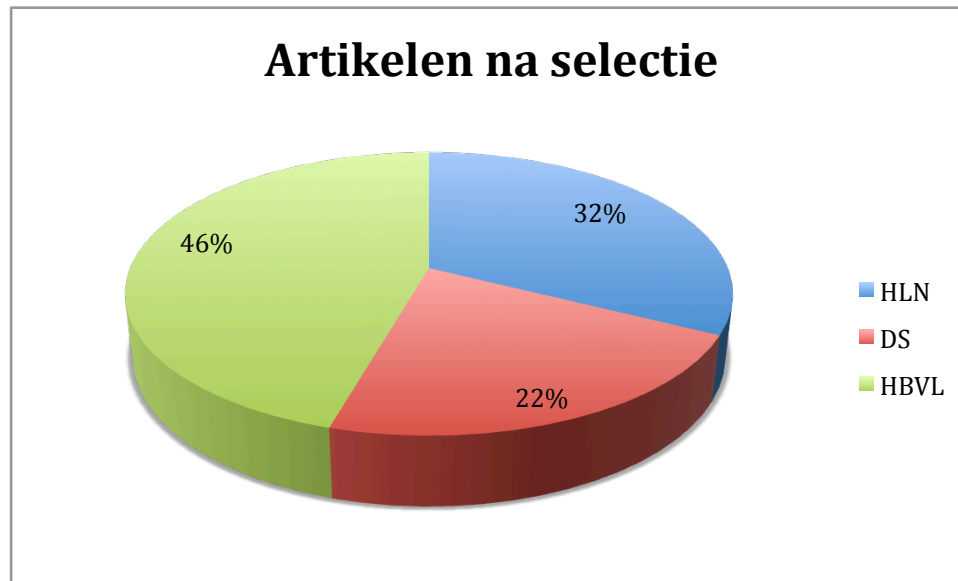


Figuur 7: grafiek totaal artikels HLN

In Het Belang van Limburg verschenen in totaal 186 artikels, waarvan er 118 werden geanalyseerd. Het Laatste Nieuws schreef 140 artikels over de ramp, na de selectie bleven er 84 over ter analyse. De Standaard publiceerde in totaal 106 artikels, hiervan werden er 57 geselecteerd. Zoals de volgende taartdiagrammen laten zien, bleven de verhoudingen tussen de verschillende kranten grotendeels gelijk voor en na selectie:



Figuur 8: verdeling totaal artikels



Figuur 9: verdeling artikels na selectie

Hiermee wordt alvast de tweede hypothese bevestigd:

H2: De populaire kranten berichten meer over de ramp dan de kwaliteitskrant.

A2.

Het begrip ‘frame’ verwijst letterlijk naar het kader waarin een artikel geplaatst wordt. Het kan ook gedefinieerd worden als de lens die het publiek een deel van het grotere geheel toont. (Svitak, 2010, p.3) Op die manier worden bepaalde elementen geselecteerd en benadrukt terwijl andere worden uitgesloten. Een frame komt tot stand door middel van verschillende ‘framing devices’, zoals de onderliggende thema’s of de bronnen die aan bod komen. Om te kunnen oordelen of de drie kranten dezelfde frames hanteren tijdens de verschillende periodes, zullen we deze factoren vergelijken.

Onderwerp

Naast het hoofdonderwerp was er in het codeboek ook een variabele voor een subonderwerp. In veel gevallen was het namelijk moeilijk om de inhoud van een artikel in slechts één thema te vatten. De meest voorkomende hoofdonderwerpen waren ‘Financiën’ (21,6% van het totaal aantal artikels), ‘Slachtoffers’ (14,3%) en ‘Herdenking’ (9,7%). Bij de subonderwerpen kwamen ‘Organisatorische beslissingen’ (10,8%) en ‘Solidariteit’ (8,5%) het meest voor. De percentages liggen hier lager omdat 45,6% van de artikels enkel een hoofdonderwerp had.

Hoofdonderwerp	Financiën: 21,6% Slachtoffers: 14,3% Herdenking: 9,7%
Subonderwerp	Organisatorische beslissingen: 10,8% Solidariteit: 8,5%

Tabel 2: meest voorkomende onderwerpen

Onderwerp/Krant

De kruistabel ‘Krant – Onderwerp 1’ toont geen significante verschillen ($X^2 = 35,76$; $df = 38$; $p > .05$). Dit wil zeggen dat de resultaten voor de drie kranten vrij dicht bij elkaar liggen. De onderwerpen ‘Financiën’ en ‘Slachtoffers’ staan telkens in de top drie van meest gebruikte thema’s. In het geval van De Standaard delen ze de eerste plaats met negen gevallen (15,8% van het totaal aantal artikels van De Standaard), terwijl het onderwerp ‘Financiën’ in de andere kranten duidelijk op kop staat: 22,9% van de artikels in Het Belang van Limburg heeft dit thema als hoofdonderwerp en 23,8% van de artikels in Het Laatste Nieuws. De Standaard verschilt op nog een punt van de twee andere dagbladen, het derde grootste thema van deze krant is namelijk ‘Verantwoordelijkheid’ (14% van het totaal aantal artikels van De Standaard) en niet ‘Solidariteit’ (Het Laatste Nieuws) of ‘Herdenking’ (Het Belang van Limburg). De kwaliteitskrant lijkt dus minder onderhevig aan het principe van ‘self-referentiality’ wat de keuze van onderwerpen betreft.

Krant	Hoofdonderwerp
De Standaard	Financiën: 15,8% Slachtoffers: 15,8% Verantwoordelijkheid: 14%
Het Laatste Nieuws	Financiën: 23,8% Slachtoffers: 11,9% Solidariteit: 9,5%
Het Belang van Limburg	Financiën: 22,9% Slachtoffers: 15,3%

	Herdenking: 14,4%
--	-------------------

Tabel 3: meest voorkomende onderwerpen per krant

Wat de subonderwerpen betreft, zijn er geen opvallende verschillen. De statistische testen in de kruistabel 'Krant – Onderwerp 2' geven dan ook geen betekenisvol resultaat ($X^2 = 24,82$; $df = 34$; $p > .05$). Bij de drie kranten zijn de thema's 'Organisatorische beslissingen' en 'Solidariteit' het populairst.

Onderwerp/Periode

Zoals eerder gezegd, werden de artikels onderverdeeld in zeven periodes. Deze komen overeen met de piekmomenten in de berichtgeving. De verdeling van deze periodes wordt in de volgende tabel getoond:

Periode	Data	Aantal artikels
1	19 en 20/8	104
2	22 t.e.m. 27/8	89
3	29 en 31/8	10
4	23, 24 en 30/9	13
5	1, 18, 19 en 20/10	17
6	5, 14, 15, 21 en 22/11	14
7	16, 17, 18, 26 en 27/1	12
		259

Tabel 4: periodes

De meest voorkomende thema's per periode kunnen in de volgende tabel worden afgelezen:

Periode	Onderwerp 1	Onderwerp 2
1	Slachtoffers: 15,4% Verloop Ramp: 12,5%	Verloop na Ramp: 14,4%

	Solidariteit: 11,5%	Organisatorische beslissingen: 10,6%
2	Herdenking: 23,6% Slachtoffers: 18% Financiën: 18%	Solidariteit: 14,6% Herdenking: 12,4% Artiesten: 6,7%
3	Herdenking: 30% Telecommunicatie: 30% Slachtoffers: 20%	Solidariteit: 30% Herdenking: 20%
4	Telecommunicatie: 30,8% Financiën: 30,8%	Verantwoordelijkheid: 23,1% Communicatie: 15,4%
5	Financiën: 64,7% Verantwoordelijkheid: 17,6%	Organisatorische beslissingen: 47,1%
6	Financiën: 100%	Communicatie: 35,7%
7	Financiën: 58,3% Verantwoordelijkheid: 33,3%	Organisatorische beslissingen: 41,7%

Tabel 5: Onderwerp per periode

We zien de thema's van de artikels duidelijk evolueren over de verschillende periodes. Aanvankelijk ligt de nadruk op de slachtoffers, de herdenkingen en de solidariteit, gaandeweg verschuift de aandacht naar financiën, (tele)communicatie en verantwoordelijkheid.

De kruistabellen 'Periode – Onderwerp 1 – Krant' en 'Periode – Onderwerp 2 – Krant' leren ons dat er geen significante verschillen zijn wat betreft de thema's van de artikels per periode. Wat eerder vastgesteld werd, namelijk dat De Standaard in verhouding met de andere kranten minder artikels over financiën telt en meer over verantwoordelijkheid, wordt in deze tabellen opnieuw duidelijk. Het thema 'Financiën' is bij De Standaard vooral tijdens periode 2 populair, terwijl het onderwerp 'Verantwoordelijkheid' reeds tijdens de eerste periode meermaals voorkomt. Deze krant wijkt dus lichtjes af van de hierboven geschetste evolutie en haalt reeds tijdens de beginperiode thema's aan als 'Financiën' of 'Verantwoordelijkheid'.

Tijdens periode 1 waren er negen artikels met ‘Verantwoordelijkheid’ als hoofdthema, waarvan vijf in De Standaard en telkens twee in de andere dagbladen. De *editorials* (de redactionele commentaarstukken op pagina 2) van vrijdag 19 en zaterdag 20 augustus in De Standaard stelden meteen vragen rond schuld en verantwoordelijkheid. Ze wilden bepaalde vragen beantwoord zien om “lessen uit het noodlot” te kunnen trekken. Verder waren er op 20 augustus ook drie artikels die de schuldvraag aankaarten: ging er iemand in de fout of was het overmacht? De krant laat deze vragen in het midden zonder de pijlen op de organisatie te richten, maar feit blijft dat ze vlak na de ramp het meest artikels aan deze kwestie wijdde.

Het onderwerp ‘Financiën’ werd tijdens de tweede periode zestien keer gebruikt, zes keer in De Standaard, zes keer in Het Belang van Limburg en vier keer in Het Laatste Nieuws. Dit verschil lijkt niet erg groot, maar moet in verhouding met het aantal artikels per krant bekeken worden (Het Belang van Limburg heeft tijdens periode 2 meer dan het dubbel aantal artikels dan De Standaard). Van de zes artikels in De Standaard, waren er vijf erg korte artikels met verschillende aankondigingen en één groot stuk op 27 augustus (‘Hoeveel kost een nieuw Pukkelpop?’). Dit artikel behandelde alle vragen die zich tot dan hadden opgestapeld omtrent het financiële luik (terugbetaling van de tickets, gages van de artiesten, mogelijk failliet van Pukkelpop, ...). In werkelijkheid besteedde De Standaard niet beduidend meer aandacht aan dit onderwerp dan de andere kranten, het aantal artikels lag hoger omdat er meerdere kleine aankondigingen verschenen. Bovendien zijn het telkens nieuwsberichten en geen kritische stukken.

De kwaliteitskrant focuste zich in de beginperiode niet enkel op de human interest-verhalen, maar behandelde meteen alle kwesties die ter zake deden. Daarom telt ze tijdens die fase meer artikels met ‘Verantwoordelijkheid’ of ‘Financiën’. Deze onderwerpen worden aangehaald ter volledigheid en niet om zondebokken aan te duiden of gerichte kritiek uit te spreken.

Bronnen

Slechts **14,3%** van alle artikels doet geen beroep op een bron. De overige **85,7%** verwijst binnen het artikel naar één of meerdere bronnen. Het merendeel (41,7%) gebruikt één bron, 19,3% van de artikels vermeldt twee bronnen. In het codeboek kon

voor drie verschillende gevallen worden aangegeven van welke bron de informatie afkomstig was. De meest gebruikte bronnen waren:

- Bron 1: Organisatie – 13,1%
 Familie/vrienden van betrokkene – 10,4%
 Festivalganger(s) – 8,5%
- Bron 2: Festivalganger(s) – 8,1%
 Organisatie – 4,2%
 Artiest – 3,9%
- Bron 3: Festivalganger(s) – 4,6%
 Organisatie – 4,2%
 Artiest – 3,1%

Bronnen/Krant

In de kruistabel ‘Krant – Totaal bronnen’ ($X^2= 20,59$; $df= 22$; $p > .05$) zien we dat het aantal gebruikte bronnen per krant niet veel uiteenloopt. Ook de kruistabellen die Bron 1, 2 en 3 vergelijken tussen de drie kranten tonen geen significante verschillen. De resultaten van Het Belang van Limburg liggen zeer dicht bij de rangorde die hierboven wordt afgebeeld. Bij De Standaard en Het Laatste Nieuws zijn enkele kleine variaties waar te nemen. De op één na meest gebruikte Bron 1 van De Standaard is ‘Artiest’ met 10,5%. Deze bron haalt in de andere kranten enkel een plaats in de top vijf bij Bron 2 en 3. Bij Het Laatste Nieuws staat ‘Politici’ op de derde plaats van Bron 1. Deze krant deed ook vaker een beroep op sociale media (Facebook en/of Twitter) als bron. Er is echter in geen van deze gevallen sprake van een betekenisvolle tendens.

Bronnen/Periode

De meest gebruikte bronnen per periode worden in de volgende tabel opgelijst:

Periode	Bron 1	Bron 2	Bron 3
1	Organisatie: 11,5% Fam./vrienden: 11,5% Fest.ganger(s): 10,6% Soc.media: 10,6%	Fest.ganger(s): 11,5% Fam./vrienden: 4,8% Artiest: 4,8%	Fest.ganger(s): 5,8% Reddingswerker: 5,8% Fam./vrienden: 3,8%

2	Burgemeester: 10,1% Fam./vrienden: 9%	Fest.ganger(s): 9% Artiest: 4,5%	Fest.ganger(s): 5,6% Artiest: 4,5%
3	Politici: 40%	Politici: 30% Soc.media: 10%	Fest.ganger(s): 10% (N.v.t.: 90%)
4	Politici: 23,1%	Organ.: 15,4% Gsm-operat.: 15,4%	Klimatoloog: 15,4%
5	Organ.: 35,3% Fest.ganger(s): 17,6% Parket: 17,6%	Soc.media: 23,5%	Organ.: 5,9% Artiest: 5,9%
6	Organ.: 28,6% Fam./vrienden: 28,6% Fest.ganger(s): 14,3% Politici: 14,3%	Organ.: 21,4% Jurist: 21,4% Soc.media: 14,3%	Organ.: 28,6%
7	Jurist: 50% Organ.: 16,7%	Jurist: 16,7% Organ.: 16,7%	Organ.: 16,7% Jurist: 8,3%

Tabel 6: bronnen per periode

Tijdens periode 1 en 2 worden vooral de organisatie, festivalgangers, familie of vrienden van betrokkenen en artiesten als bron geraadpleegd. In periode 3 en 4 komen de politici het meest aan bod. Tijdens de latere periodes maken gerechtsbronnen als ‘Parket’ en ‘Jurist’ een opmars. Dit hangt duidelijk samen met de overheersende thema’s van dat tijdstip, namelijk financiën, verantwoordelijkheid en organisatorische beslissingen.

De kruistabellen ‘Periode – Bron 1/2/3 – Krant’ leren ons dat de verdeling van de bronnen over de verschillende periodes grotendeels overeenkomt bij de drie kranten.

Op basis van de gekozen thema’s en de geconsulteerde bronnen kunnen we besluiten dat de drie kranten tijdens de verschillende periodes overwegend dezelfde frames hanteren. Tijdens de eerste helft van de onderzochte periode zijn thema’s als ‘Slachtoffers’, ‘Solidariteit’ en ‘Herdenking’ het populairst en worden vaak festivalgangers, artiesten en familie of vrienden van betrokkenen geconsulteerd. Hier overheeft dus duidelijk een *human interest*-frame (letterlijk ‘menselijk belang’), wat in de Van Dale als volgt wordt gedefinieerd: “de menselijke trekken in een historische

of andere wetenschappelijke studie”.

Later verschuift de focus naar onderwerpen als ‘Financiën’, ‘(Tele)communicatie’ en ‘Verantwoordelijkheid’ en worden ook andere bronnen geraadpleegd, met name de organisatie en juristen. De kranten evolueren met andere woorden van een emotionele aanpak naar een meer zakelijk, kritisch perspectief. Het enige dagblad dat op bepaalde momenten afwijkt van dit parcours is De Standaard.

Dan rest ons tot slot nog de vraag of de verslaggeving verloopt volgens de fases die Vasterman registreerde.

A3.

Fase 1 of ‘commandopostjournalistiek’

De eerste dagen na een belangrijke gebeurtenis overheerst de onmiddellijke, ‘on the spot’ verslaggeving. De nadruk ligt op de feiten en officiële woordvoerders zullen het meest aan bod komen. Men wil zo snel mogelijk een antwoord op alle vragen: wie, wat, waar, wanneer, waarom, hoe en hoeveel? Omdat alles snel moet gaan, zullen in deze fase het meest inaccurate gegevens verschijnen. Er worden ook vrij snel allerhande kritische vragen gesteld.

Deze fase valt samen met periode 1: 19 en 20 augustus. De meest geraadpleegde bron was inderdaad een officiële woordvoerder, namelijk de organisatie. Verder worden vooral mensen aan het woord gelaten die ter plekke aanwezig waren (festivalgangers, artiesten, familie of vrienden van slachtoffers, reddingswerkers), een logisch gevolg van ‘on the spot’ verslaggeving. De belangrijkste onderwerpen tijdens de eerste periode waren de slachtoffers, het verloop van de ramp en het verloop na de ramp. Dat bevestigt de queeste naar feiten: wie zijn de slachtoffers, hoeveel doden en gewonden zijn er, wat is er exact gebeurd, wanneer, waar en hoe is het gebeurd?

Wat de accuraatheid van de gegevens betreft, werden in het codeboek drie variabelen opgenomen: accuraatheid van het aantal doden, het aantal gewonden en de materiële schade. Het cijfer van inaccurate gegevens lag over het algemeen bijzonder laag (respectievelijk **2,3%**; **1,2%** en **0,8%** van het totaal aantal artikels), maar opvallend was dat alle fouten in de eerste periode voorkwamen. Dit resultaat komt overeen met de vaststellingen van Vasterman tijdens de eerste fase van een mediahype.

Tijdens de eerste periode wordt in **21,2%** van de artikels kritiek gegeven op uiteenlopende punten. In verhouding met latere periodes zijn de eerste twee dagen niet de meest kritische momenten, maar desalniettemin worden in ruim één op de vijf artikels kritische vragen gesteld. Deze betreffen verschillende onderwerpen: het ontbreken van een waarschuwing, de veiligheid, (tele)communicatie, de hulporganisatie en ten slotte de stopzetting.

We kunnen besluiten dat de eerste periode overeenkomt met de eerste fase van Vasterman.

Fase 2: meer nieuws genereren

De tweede fase die Vasterman onderscheidt, start wanneer er minder ‘nieuws’ is en de kranten hun focus gaan verleggen naar andere zaken. Dit kan twee richtingen uit: ten eerste de ‘human interest’-verhalen die gaan over het leed en de mensen hun emoties; ten tweede de artikels die vragen over schuld en verantwoordelijkheid stellen. Er wordt met andere woorden meer nieuws gegenereerd door achtergrondverhalen, oorzaken en gevolgen centraal te stellen.

Deze fase komt overeen met periode 2 en 3 en loopt van 22 tot en met 31 augustus. Wanneer we beide periodes als één geheel beschouwen, stellen we vast dat de meest voorkomende onderwerpen ‘Herdenking’, ‘Slachtoffers’ en ‘Solidariteit’ zijn. Dit valt duidelijk binnen het human interest-perspectief. Verder staan ook de thema’s ‘Financiën’ en ‘Telecommunicatie’ bovenaan, wat dan weer past binnen het tweede perspectief. Vragen als: “Hoe zit het met de verzekering? Wie moet voor de kosten opdraaien? Waarom lieten de gsm-netwerken het afweten?” verwijzen naar de schuld- en verantwoordelijkheidskwesties.

Wat de bronnen betreft, wordt net als tijdens periode 1 vaak een beroep gedaan op de festivalgangers, familie of vrienden van betrokkenen en artiesten. Ook dit bevestigt de aanwezigheid van een human interest-insteek. Daarnaast wordt ook een beroep gedaan op de burgemeester van Hasselt en andere politici, publieke personen die een belangrijke stem hebben wanneer het gaat over oorzaak en gevolg of schuld en verantwoordelijkheid.

In **20%** van de artikels uit periode 2 en 3 worden emoties afgebeeld op de foto’s. Dit ligt gevoelig hoger dan het percentage van de andere periodes, met uitzondering van

periode 6 (21,4%). Tijdens de tweede en derde periode worden de herdenkingen het meest afgebeeld, gevolgd door festivalgangers en familie of vrienden van betrokkenen. Ook afbeeldingen van dodelijke slachtoffers en artiesten halen de top vijf. De human interest-aanpak keert dus duidelijk terug in de keuze van de foto's.

Tijdens periode 2 en 3 zijn er slechts twee van de 99 artikels waarin openlijk kritiek wordt gegeven. In vergelijking met de andere periodes is dit een extreem laag cijfer. Het lijkt er dus op dat de kranten zich vooral gefocust hebben op de achtergrondverhalen en de 'menselijke' benadering. Deze resultaten komen overeen met Vastermans definitie van de tweede fase in een mediahype.

Fase 3: de nasleep

Tijdens de derde fase van een mediahype neemt de belangstelling voor het onderwerp geleidelijk af. Maar bij elke nieuwe onthulling of ontwikkeling stijgt de aandacht opnieuw en ontstaat er weer een (kleinere) nieuwsgolf. De periodes 4, 5, 6 en 7 vallen binnen deze fase, die loopt van september tot januari. (Waarschijnlijk loopt deze fase nog verder door, maar dat valt buiten de onderzochte tijdspanne.)

Zowel in de verschillende grafieken als in figuur 4 wordt meteen duidelijk dat de aandacht voor de Pukkelpop-ramp fel vermindert in de latere periodes. De plotse pieken in de berichtgeving – die overeenkomen bij de drie kranten – tonen aan dat elk nieuwtje zorgt voor een heropleving van de media-aandacht. Ook de derde fase van Vasterman kunnen we dus terugvinden in de berichtgeving over de storm op Pukkelpop.

We kunnen besluiten dat alle ingrediënten aanwezig zijn om te kunnen spreken van een mediahype. Figuur 4 toont de grote nieuwsgolven, tabellen 5 en 6 bevestigen de aanwezigheid van overeenkomstige frames en in A3 werden de drie fases van Vasterman onderscheiden. Aangezien de SPPS-berekeningen nergens significante verschillen vonden tussen de drie kranten, kan de eerste hypothese worden bevestigd:

H1: De berichtgeving over de ramp verloopt bij de drie kranten volgens de principes van een mediahype.

In het geval van De Standaard moet dit besluit echter worden genuanceerd. De krant publiceerde – vooral in de latere periodes – aanzienlijk minder artikels in vergelijking

met de andere dagbladen, er is dus niet altijd sprake van ‘grote’ nieuwsgolven. Bovendien zagen we dat de krant ook niet altijd precies dezelfde frames hanteerde. Hoewel de verschillen niet betekenisvol waren, kunnen we toch stellen dat de verslaggeving in De Standaard het minst beantwoordde aan de principes van een mediahype.

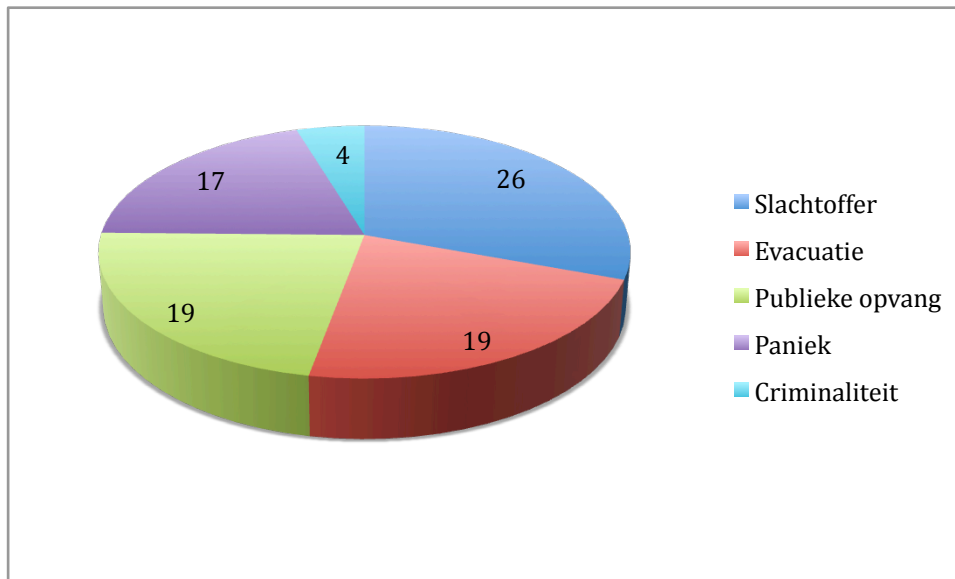
b. Worden bepaalde rampenmythes in stand gehouden?

H3: De populaire kranten verspreiden meer rampenmythes dan de kwaliteitskrant.

De mythes die het meest voorkwamen in de verschillende internationale studies over rampenberichtgeving, werden opgenomen in het codeboek:

- De mythe van het uitbreken van (massa)paniek
- De mythe van het verhoogde criminaliteitscijfer
- De mythe van slachtoffers als geshockeerd, onthutst en verstomd
- De mythe van het plaatsvinden van massale evacuaties
- De mythe van de nood aan publieke opvangplaatsen

In het totaal waren er 47 artikels (**18,1%**) die één of meerdere mythes gebruikten. Opvallend is dat deze zich allemaal binnen periode 1 (37 artikels) of 2 (10 artikels) situeren. Welke mythes het meest of het minst voorkwamen, kan in het volgende taartdiagram worden afgelezen:



Figuur 10: mythes

Deze verdeling bevestigt de bevindingen van andere studies, die concludeerden dat het beeld van slachtoffers als geshockeerd, onthutst en verstomd één van de meest gebruikte mythes binnen de rampenberichtgeving is.

De mythes zijn vrij gelijkmatig verdeeld over de drie kranten, De Standaard telt dertien artikels met één of meerdere mythes, Het Laatste Nieuws zestien en Het Belang van Limburg achttien. In verhouding met het totaal aantal artikels per krant levert dit de volgende percentages op: **22,8%** van de artikels in De Standaard gebruikt één of meerdere mythes, **19%** van de artikels in Het Laatste Nieuws en **15,3%** in Het Belang van Limburg. De verschillen tussen de kranten zijn echter te klein om betekenisvol te zijn.

Het gebruik van rampenmythes blijft in de berichtgeving over Pukkelpop beperkt. Dit bevestigt één van de conclusies van een onderzoek naar de weergave van natuurrampen in Nederlandse dagbladen. (Belloni et al., 2000, p.37) De onderzoekers van deze studie geloven dat het gebruik van ‘disaster myths’ versterkt wordt door de stereotiepe beeldvorming rond ontwikkelingslanden. Bijgevolg zal de verslaggeving over rampen in Europa – en dus ook in eigen land – minder beroep doen op rampenmythes.

De derde hypothese luidde als volgt:

H3: De populaire kranten verspreiden meer rampenmythes dan de kwaliteitskrant.

Aan deze verwachting wordt niet voldaan, De Standaard behaalde zelfs een hoger percentage artikels met rampenmythes dan de andere twee kranten. Het verschil was echter niet groot genoeg om van een significante tendens te kunnen spreken.

c. Vertonen de kranten tabloidkenmerken in hun berichtgeving over de ramp?

H4: Over het algemeen neigen de drie kranten naar meer tabloidkenmerken bij de berichtgeving over Pukkelpop. De populaire kranten vertonen meer tabloidkenmerken dan de kwaliteitskrant.

H5: Het human interest-frame zal in de drie kranten overheersen en het meest gebruikt worden in de populaire kranten.

Om deze vraag te kunnen beantwoorden, werden verschillende elementen in acht genomen die kunnen wijzen op tabloidisering:

- C1. Grootte van de titels
- C2. Gebruik van quotes in de titel
- C3. Grootte van de foto's
- C4. Vertoon van emoties op de foto's
- C5. Grootte van de artikels
- C6. Lengte van de artikels
- C7. Aantal overdrijvingen

C1.

De titel van een artikel over Pukkelpop is gemiddeld **41,8 cm²** groot. De kleinste titel stond in De Standaard en meette 1,5 cm², de grootste verscheen in Het Laatste Nieuws en was maar liefst 329 cm² groot. De titel luidde “Samen gestorven, dat troost een beetje” en verscheen op zaterdag 20 augustus op de tweede pagina van de krant (cf. bijlage 2a) Om een beeld te geven van de oppervlakte van de gemiddelde titel, wordt hieronder pagina 12 uit De Standaard van 20 augustus afgebeeld. De grootte van de titel ‘Online solidariteit vraagt om regels’ bedroeg exact 41,8 cm²:

GETUIGENIS

'Dieven plunderden onze tent leeg'

Dond'erdagocht stalen jongeren kleding, stelen en de ark uit de tenten op de Pukkelpopcamping.

Wie dondersdagocht op de camping verblijft, moet zijn tent bewaken of zelfs beschermen tegen dieven. Zo ook Michiel en Steffen Raemert. Met een groep van een twintigtal jongeren uit Gistelom waren ze naar Klewilt gekomen. Na de namiddag stalen handien ze vóór hun vertrek in hun tent wullen met wat spullen achtergelaten. Een van hen had ook om als bewaker bij de tenten achter te blijven, maar hij kreeg af te rukken met de plunderma.

'Onze tent werd stiekem schoond en de bewaker

'Iedereen was zwaar aangestogen van de ramp. En dan maken jongeren van die miserie gebruik'

moest onze bezittingen hardhandig verdeelgen', zegt de zwaar aangestogen Michiel. 'De dieven gingen aan de haal met onze marktkledij en veel van ardevolte spullen. We vertelden de camping omdat we ons niet veilig voelden en werden uitgevalen. Op dat moment konden we nauwelijks oriënteren bespreken. Op andere plaatsen ontbonden luitzen hevig vechtpartij-en.'

Het nieuws van de plunderma verspreidde zich als een lopend vuurtje. 'Ik hoorde van de dievenbende', zegt de 16-jarige Alexander Hendrix uit Kasterlee. Samen met zijn zus Hilma was hij op Pukkelpop. Voor hem de allererste keer. 'In dan maak je zoeta mee. Iedereen was zwaar aangestogen van de ramp en later op de camping hoor je dat andere jongeren van de miserie gebruik maken om op rooftocht te trekken. Ik heb de hele nacht postgeest bij mijn tent. Dat was de enige manier om een beetje controle uit te oefenen.'

Zus Hilma (18) vertaant: 'We zijn heel blij dat we ongedeerd zijn. Het had allemaal veel erger kunnen zijn. Deze moeder en de waterleiding kunnen we nog wel aan. Dat ze Pukkelpop hebben afgelukt, vind ik doodnormaal. Het was zwaar voor iedereen. Het hoegevest de weg. Poeten lukt niet meer' (pp. 41, 42)

STEMMEN UIT DE MUZEN

JOHANNES GERARD, frontman van School is Cool

'Pukkelpop moet volgend jaar toch doorgaan'

'Naar deze editie van Pukkelpop heeft onze groep maandenlang toegelief. We hebben speciale podiumontelien laten maken en wekenlang geprotesteerd. Vrijdagmiddag hadden we in de Marquee moeten optreden. Maar we stalen helemaal achter de afgevaling. Je kan niet vrolijk voorstellen, als de dag vroedien samen op het festival sterven.'

'Ik was dondersdag zelf niet op Pukkelpop, maar alle andere groepleden en veel vrienden van me waren wel op de welle. Toen ik van de ramp hoorde, probeerde ik iedereen te bered-



© De Persgroep

ANN PALSTERSMANS, organisator van Maanrock

'We verwachten niet minder volk op Maanrock'

'De televisiebeelden van Pukkelpop hebben ons enorm doen schrikken. Zaterdag gaat Maanrock van start en er is voor dit weekend ook onweer voorspeld. Maar we hebben niet echt schrik dat ook hier een ramp gaat gebeuren. Vrijdagmiddag heeft de politie iedereen nog eens samenroepen, we hebben alle veiligheidsmaatregelen en slachtoffers opnieuw overlopen. Die vergadering duurde niet lang, alles staat immers op punt. De stellingen zijn goed verankerd en ze zijn, zoals elk jaar, officieel gekuurd. De politie gaf ons



© De Persgroep

das ook groen licht voor het festival.'

'Misschien schrik de ramp in Hasselt sommige box owners af. Anderzijds lees ik op onze Facebookpagina ook berichten van mensen die nu naar Maanrock willen komen omdat ze niet naar Pukkelpop gaan. Het klinkt misschien eigenaardig, maar ik verwacht dit jaar niet minder volk dan bij vorige edities.' (p. 4)

TWITTER HIELP DE PUKKELPOPSLACHTOFFERS MINDER DAN WE DENKEN

Online solidariteit vraagt om regels

SARAH VANKERSCHAVER

MUSIKEL | @Orly70x Twitter stond vol hulpaanbiedingen en vragen die elkaar nooit vonden. Spijtig: Twitter werd nu de dramatische gebeurtenissen op Pukkelpop overvloedig door een golf van solidariteit. Onder de hashtag #hasachtloft helpt iedereen slachtoffers te helpen door logies en transport aan te bieden.

Maar glisteren denken ook de eerste kritische tweets op: heeft die golf van solidariteit helemaal tot miserie aansicht ook het overvloedig dadelijk? Op de festivalwelle was immers geen telefoonverkeer mogelijk, waardoor slachtoffers niets van de aangeboden hulp afwisten. Sma-berichten kwamen met vertraging toe en er was geen wifi-beriek. Enkele 3G-dataverkeer was mogelijk. 'We hadden er geen flauw bentel van dat er op Twitter hulp aangeboden werd', vertelt Hans Van Bui, een festivalvanger die de slarm zonder kleerscheuren overleefde. 'Onze gem's waren zoek of stuk door de regen.' Daar wijst ook de tweet van @michielk op: 'In de regen mensen die ik verveerde, had geen enkele van #hasachtloft gehoord, om 23.30 uur.'

Kracht en onmacht

Op Pukkelpop zelf was Twitter onmachtig door netwerkproblemen. De grootste knack lag in de mobiliteit van het netwerk buiten de festivalwelle: elkaar informeren over het laatste nieuws, ongevoerd of kritiek slijten en hulpverleiders proberen samen te brengen.

Op Twitter circuleerde verkeerde informatie en veel aangeboden hulp bleef onbenut. 'Rampenplannen zullen steeds meer richtlijnen voor sociale media bevatten.'



Festivalvangers proberen familie en vrienden te bereiken. © Jeroen van der Vliet

Op Pukkelpop zelf was Twitter onmachtig door netwerkproblemen

Deborah Willemsen, een jonge inwoonster van Hasselt, probeerde op Twitter te helpen door mensen met elkaar in contact te brengen. 'Via Twitter vond ik familie en chauffeurs en per sms konden we

met slachtoffers afspreken.' Ook Pieter Moons en Dominiek Leemans tweetten hun nummer met de boodschap dat ze als chauffeur dienst wilden doen. 'Het is persoonlijke informatie die je enkel in zo'n noodtoestand op het internet gooit. Ik heb geen oproepen gekregen, maar ben uiteindelijk zelf naar de welle gegaan om te helpen', zegt Moons.

'24 doden'

In noodtoestand blijft de solidariteit via sociale media in grote mate ongecoördineerd. Dat leidt tot een overvloed aan weinig nuttige berichten en bovendien tot onnodige paniek. Zo circuleerde luttel minuten na de slarm het bericht dat er 24 doden waren. Van voornitige en accurate erbeurmmunale in op sociale media niet langer sprake. 'Rampenplannen zullen in de toekomst meer richtlijnen voor sociale media bevatten', zegt Michiel Ogenhagen, onderzoeker sociale media en online journalistiek aan Leuven. 'Wie behoort de accounts en hoe zorgen we ervoor dat in noodtoestand eenzelfde hashtag wordt gebruikt? In vooraf: wat met het controleren van de slijten?'

Ondertussen komt op Twitter een tweede golf van solidariteit op gang: oproepen om je festivalbandje af te knippen, waarschuwen voor een misstaf radiozender. De Facebookgroep 'Huis Pukkelpop' roept op om geen terugbetaling van de festivalticket te vragen. Ziedaar de kracht van sociale media: warmte op grote schaal.

Figuur 11: voorbeeld gemiddelde oppervlakte titel

De gemiddelde grootte van de titel per krant resulteert in de volgende rangorde:

- De Standaard: 34,1 cm²
- Het Belang van Limburg: 39,8 cm²
- Het Laatste Nieuws: 49,8 cm²

De vergelijking in SPSS levert echter geen significant verschil op ($p < .05$). Bovendien moet er rekening gehouden worden met de grootte van de krant en de oppervlakte van de artikels. Daarom werd de verhouding tussen de grootte van de titel en de totale oppervlakte van het artikel berekend. Daaruit bleek dat de titel gemiddeld **13,4%** van het totale artikel beslaat, zoals het geval is in volgend voorbeeld (Het Belang van Limburg, 20/8, p.1: ‘Pukkelpop rouwt’):



Figuur 12: voorbeeld verhouding titel – totaal artikel

Het Belang van Limburg blijft dicht bij dit gemiddelde met **13,6%**, terwijl Het Laatste Nieuws er boven ligt met **15,9%** en De Standaard er onder met **9,3%**. De SPSS-resultaten tonen dat er een significant verschil is tussen De Standaard en Het Belang van Limburg enerzijds en De Standaard en Het Laatste Nieuws anderzijds. Een titel in De Standaard neemt dus minder plaats in ten opzichte van het totale artikel in vergelijking met de andere twee kranten. De kwaliteitskrant vertoont op dit

vlak dus minder tabloidkenmerken dan de populaire kranten. Het Laatste Nieuws neigt het meest naar tabloidisering wat de grootte van de titels betreft.

C2.

32,8% van de artikels gebruikt een quote in de titel, dat is bijna één op drie artikels. Wat deze variabele betreft, staat Het Belang van Limburg bovenaan de rangorde en De Standaard opnieuw onderaan, maar het verschil is wederom niet groot genoeg om betekenisvol te zijn ($X^2= 4,12$; $df= 2$; $p > .05$). Desondanks kunnen we opnieuw besluiten dat De Standaard het minst getuigt van tabloidisering:

- De Standaard: **22,8%**
- Het Laatste Nieuws: **32,1%**
- Het Belang van Limburg: **38,1%**

C3.

In het codeboek werd de oppervlakte van Afbeelding 1 en Afbeelding 2 opgevraagd, naast de totale oppervlakte ingenomen door alle afbeeldingen samen. Een verrassend hoog percentage van de artikels – **45,6%** – had geen foto. Van de overige artikels was er 27,8% met één foto en 26,6% met twee of meerdere foto's.

De volgende tabel toont de gemiddelde grootte van Afbeelding 1, Afbeelding 2 en de totale oppervlakte van alle foto's, zowel in het totaal als per krant. Verder wordt ook de gemiddelde verhouding tussen de totale oppervlakte van de foto's en de totale oppervlakte van het artikel gegeven (d.i. de variabele genaamd "ratio"). Deze gegevens werden berekend zonder de nul-waardes in acht te nemen (de artikels zonder foto's werden dus niet in beschouwing genomen).

	Gemiddeld	DS	HLN	HBVL
Afb.1	184,4 cm ²	193,1 cm ²	199,9 cm ²	172,5 cm ²
Afb. 2	88,3 cm ²	87,8 cm ²	121,2 cm ²	62 cm ²
Tot.foto's	261,1 cm ²	234,3 cm ²	346,9 cm ²	228,9 cm ²
Ratio	39,5%	29,9%	40,1%	43,4%

Tabel 7: grootte afbeeldingen

De SPSS-berekeningen geven aan dat er een significant verschil bestaat tussen Het Belang van Limburg en Het Laatste Nieuws wat de gemiddelde grootte van Afbeelding 2 betreft ($df= 2$; $F= 3,77$; $p < .05$). De gemiddelde oppervlakte in Het Laatste Nieuws is dan ook bijna het dubbel van die in Het Belang van Limburg. Desalniettemin is de verhouding tussen de totale oppervlakte van de foto's en de totale oppervlakte van het artikel bij Het Belang van Limburg (**43,4%**) groter dan bij Het Laatste Nieuws (**40,1%**) en De Standaard (**29,9%**). Dit betekent dat de foto's in Het Belang van Limburg – hoewel ze gemiddeld kleiner zijn dan die van de andere kranten – meer plaats innemen ten opzichte van de totale oppervlakte besteed aan Pukkelpop. De SPSS-resultaten leren ons dat het verschil tussen Het Belang van Limburg en De Standaard zelfs significant is ($p < .05$). Omdat we met deze verhouding rekening moeten houden, kunnen we niet stellen dat de regionale krant op dit vlak beduidend minder tabloidkenmerken heeft dan de andere dagbladen. Integendeel, wanneer de regionale krant foto's gebruikte, besloegen deze gemiddeld bijna de helft van het totale artikel.

Om een beeld te geven van de verschillende oppervlaktes, worden hieronder enkele volledige krantenpagina's afgebeeld waarvan de grootte van de foto's de gemiddelde oppervlaktes benadert. Het artikel 'Dit kon niemand zien aankomen' uit Het Belang van Limburg van 20 augustus, heeft een foto die **184,2 cm²** groot is, ongeveer de gemiddelde oppervlakte van Afbeelding 1:

WEERSVOORSPELLERS UNANIEM: PLAATS VAN DOWNBURST IS ONVOORSPELBAAR

"Dit kon niemand zien aankomen"

HASSELT - Weersvoorspellers zijn unaniem: de tragedie boven Pukkelpop was onvoorspelbaar. "De organisatie treft geen enkele blaam", zegt Hbvl-weerman Ruben Weytjens, die op zijn site donderdagsvoormiddag nochtans niet had uitgesloten dat boven Kiewit de volle lading zou krijten. "Maar de kans dat Pukkelpop een downburst over zich heen zou krijgen, was minimaal", zegt Weytjens. "Pukkelpop heeft gewoon verschrikkelijk veel pech gehad."



De ravage die het noodweer op het festivalterrein in heeft achtergelaten. Foto: Belg

Bij het onweer viel donderdag in 20 minuten 36 liter neerslag per vierkante meter, of de helft van de hoeveelheid regen voor een hele maand augustus. De sterkste windstoten werden officieel gemeten in Dignebeek, met 83 km/u. Maar tijdens het noodweer in Hasselt werden de waarden sterk overschreden.

Downburst
 Kievit weersmannen treffen door een downburst, een onweer met valwind die de vergelijking met een windhoos kan maken. Een belangrijke verschil tussen een downburst en een gewone regen- of onweersbui, is de omvang van het neerslaggebied. Bij een downburst is dat wel meer beperkt. Maar door dat dezelfde hoeveelheid neerslag als bij een gewone regen- of onweersbui valt op een veel kleiner gebied, kan de valwind extreem sterk zijn. Volgens meteorologen is de snelheid ervan wel hoger. Een downburst kan tot grondoppervlakte bereikt, moet hij horizontaal uitwijken. Daarbij treedt een versnelling op, wat tot zeer zware windstoten leidt.

Codo oranje
 Het KMI had al sedert donderdagochtend een code oranje afgekondigd, wat duidt op een verhoogde kans op zwaar nuchter windstoten. Volgens meteorologen is de kans op een downburst in de namiddag een beetje van een onweersbui die richting Hasselt trok, met ophoppen tot meer dan 15 km.

Karin Hamid had Pukkelpop dan ook voorspellingen aangevraagd. "Ik had een verwittiging uitgebracht op de 'zware weerhoes', zegt Hamid. "Het gevaar was duidelijk. Dinsdags werden toedieners in de namiddag een beetje van een onweersbui die richting Hasselt trok, met ophoppen tot meer dan 15 km."

Tech wil Hamid het nu we niet dreigen dat de Pukkelpop-organisatie een fout heeft begaan. "Maar het mag duidelijk zijn dat organisatoren van grote evenementen maar best rekening houden met de weervoorspellingen in contact blijven met het KMI", aldus Hamid.

Pech
 "Het is uiteraard mogelijk vooraf al te zien dat de voorwaarde vervuld zijn van een downburst tot ontwikkeling te laten komen", stelt weerman Ruben Weytjens. "Maar het is onmogelijk om te voorspellen of dat daadwerkelijk zal gebeuren, en waar het zal gebeuren. Pukkelpop heeft onvoorspelbaar veel pech gehad. Het reger de Sile dag maar zit dat de besen langs het water van Hasselt zouden passeren. Maar pas op het allerlaatste ogenblik heeft een kleine uitstulping in de overzees de grote tragedie over Hasselt doen ontstaan. Dit kon niemand zien aankomen."

Gunter WILLEKENS

Hebben hagelkanonnen het noodweer gestuurd?

HASSELT - Had een hagelkanon Pukkelpop kunnen redderen? Of hebben de hagelkanonnen van de tribunes, in het oosten, en van Fort Genk, in het oosten, de storm boven Kiewit versterkt? Die vraag wordt vrijdag door Limburg, waarnaar op de discussie over de wettelijke aansprakelijkheid of het gebruik van kanonnen een wetenschappelijk verantwoord is.

Donderdag bulderden de hagelkanonnen aanhoudend in de regio rond Aalst, Kortrijk en Sint-Truiden. Op de manier wilden de boeren voorkomen dat de hagelkanonnen hun fruitbomen zouden beschadigen. Het is een techniek die al meer dan honderd jaar oud is. Volgens de boeren heeft hij zijn doeltreffendheid inmiddels meer dan een eeuw, ook al hebben wetenschappers dat het schieten met hagelkanonnen geen enkel bewezen effect heeft.

Ook veel Limburgers zijn overtuigd van de effectiviteit van de kanonnen. Zo deed vrijdag al snel het verhaal de ronde dat de slakende boeren Kiewit wel eens het gevoel zou kunnen zijn van het kanongebied boven de tribunes in Genk, vermits ook Ford over zo'n kanon beschikt om zijn wagenpark te beschermen. "Maar wij hebben een kanononderzoek laten maken", klinkt het bij Fort-Genk.

Bepoort effect
 Waar de boeren het wel deden, bleek het effect beperkt. "Wels kanonne bevoogden zijn om gevoerd te worden de de lading is minstens vijftig procent van de pure- en opgeloopte wolkens gemaakt", stelt de Boerenbond. "Vooral Aalst, Kortrijk, Stevoort, Herk de Stad en Halen zijn zwaar getroffen. Het noodweer kwam op het slechtste denkbaar moment, vermits de piken precies na plaats zijn. En dat nu de oogst zoveel kleiner is. Maar de hagel heeft vingerdikte geen gelagen. Ze zijn alleen nog goed voor compost." Genk is het stigtland in Vlaanderen. Het ont zijn de plaatsen van sommige fruitteker volledig verwoest. Volgens sceptici kwijten een en ander operatie die hagelkanonnen geen enkel effect hebben. "Niet in positieve zin, en niet in negatieve zin", stelt Karin Hamid, meteoroloog van het KMI. "Verkoppen van droppende apparaten verkopen letterlijk gebakken lucht." Of zoals weerman Ruben Weytjens het stelt: "Er vallen bijna nooit hagelbuien als de kanonnen werken. Maar er vallen er ook geen als de kanonnen niet werken. Ik vermoed dat het voor de boeren vooral een geruststelling is."

GW

Pukkelpop liet uit voorzorg vijftien zieke bomen kappen



In juli liet Pukkelpop nog 15 poppenbomen op de wedde kappen. Foto: Toes Van LAUD

HASSELT - Het had allemaal nog enige maanden zijn. In juli liet Pukkelpop nog vijftien poppenbomen op de wedde kappen. "Door de veiligheid van de festivalgangers", stelde organisator Chetki Mahasine toen. "We laten elk jaar een

toes van boomchirurgie toe op de bomen om elk jaar planten we in het najaar minstens evenveel hal' volwassen exemplaren aan op de Pukkelpop-site. We willen gewoon niet het risico lopen dat een boom omvalt."

GW

Figuur 13: voorbeeld oppervlakte afbeelding 1

Op 25 augustus verscheen in Het Belang van Limburg het artikel 'Drama Pukkelpop eist vijfde slachtoffer', met een afbeelding van 87 cm², min of meer de gemiddelde grootte van Afbeelding 2:

DE KERN

Door Luk STANDAERT

ZWAKKE SCHAKEL

Terwijl de acht partijen die nog bereid zijn om te proberen een regering te vormen rond formatie-leider Elio Di Rupo, de hele dag en in alle discretie vergaderden over de mogelijke overdrachten van bevoegdheden van de federale overheid naar de gemeenschappen en de gewesten, bleek gisteren nog maar eens waar de zwakke schakel zit in de mogelijke toekomstige coalitie: bij de Franstalige liberalen van de MR.

willen beboren. "Dat lijkt me een zuiver democratische zin", aldus Bacquelaire, die op zijn manier de indruk wakte formeel namens zijn partij te spreken. Het proefbalanscijfer bewijst nog maar eens dat Charles Michel de krachtmannet die de MR is (nog) niet onder controle heeft. Daniel Bacquelaire is immers een vertegenwoordiger van Charles Michels voorganger, voormalig premier Didier Reynders. Reynders heeft nog altijd een stevig te pakken met de Michel-club die zo'n twee jaar geleden met hem samenstond tegen de oprichting van het Vlaamse voorzitterschap, waardoor hij geïntegreerd werd om vroeger dan bij zijn gepland had op te stappen als MR-voorzitter.

De suggestie van Bacquelaire, die merkt op dat de suggestie van een soort referendum in de Vlaamse randgemeenten rond Brussel, is ver van nieuw en al dikwijls gezegd afgeblakt. Het voorstel lijkt dan ook als enige doel te hebben om MR-voorzitter Charles Michel, die zich naar verluidt zeer gezellig opstelt aan de onderhandelingstafel, onder druk te zetten. De Michel-club is geen communistische scherpelopers, maar anderzins heeft het kartel MR-FDF veel kansen onder de Franstaligen in de Vlaamse rand rond Brussel, en heeft de partij ook objectief weinig belang bij om de formatieopgave van Elio Di Rupo, de voorzitter van grote concerten met PS, te doen slagen. Zal Charles Michel sterk genoeg zijn om de dubbeltestopgaven van zijn eigen partij te overwinnen? Als we ervan uitgeen dat de huidige onderhandelingen de tweede laatste kans zijn, hangt van het antwoord op de vraag niet alleen Michels eigen toekomst af, maar ook die van België.

Reacties: dakern@hbvl.be



Subscription information for 'DE KERN' including contact details, phone numbers, and pricing for different durations.

JURGEN ENZLIN (24) UIT BRASSCHAAT VERLIEST DE STRIJD



Jurgen Enzlin bezweek aan zijn verwondingen. Foto: H&P

DRAMA PUKKELPOP EIST VIJFDE SLACHTOFFER

HASSELT/BRASSCHAAT - Het drama op Pukkelpop, precies een week geleden, heeft een vijfde leven geleefd. De 24-jarige Jurgen Enzlin uit Brasschaat overleed vorige nacht aan zijn verwondingen in het Jessa Ziekenhuis in Hasselt.

Dinsdagsmiddag werd de toestand van Jurgen Enzlin 'kritiek maar stabiel' gemeld. Maar in de loop van de nacht ging het plots snel achteruit. Woensdagochtend kregen zijn ouders, die in Brasschaat wonen, een telefoontje met de vraag om onmiddellijk naar het ziekenhuis te komen. Daar kregen ze het slechte nieuws te horen. Hun zoon was overleden aan zijn verwondingen. Familie en vrienden waren gestuurd te zwart aangelegd om te rouwen. Een vriend zei: "De komst naar hard aan voor iedereen die Jurgen kende. Ook al wisten we dat hij weinig kans maakte, je blijft toch hopen. We gaan hem hard missen."

Figuur 14: voorbeeld oppervlakte afbeelding 2

Het gemiddelde van het totaal aantal foto's wordt benaderd in 'Sms'je bij onweer', een artikel uit Het Laatste Nieuws van 1 oktober dat in het totaal 259,9 cm² aan afbeeldingen bevat:

MET SPECIALE FESTIVAL-WEERSERVICE WIL KMI DRAMA'S VERMIJDEN

Het Koninklijk Meteorologisch Instituut (KMI) gaat een speciale festival-weerservice oprichten om bij hevige onweer drama's zoals op Puikelpop te voorkomen. «Zo zouden we de festivalgangers kunnen waarschuwen via Twitter of via sms, als er een zwaar onweer hun kant uit komt», legt werkmans David Deheer uit. «Of op vraag van organisatoren zouden we voorstellingen op maat kunnen maken voor de precieze plaats van een festival».

KAREN SLUIS

Vooraf de communicatie wil het KMI met de zware service verbeteren, alder de ramp op Puikelpop is duidelijk geweest is dat het niet van scherts, aldus Deheer. «We willen een oog op voorhand dat het onweer die regio moet kloppen zou treffen, maar die informatie heeft de organisatoren niet tijdig bereikt. Missie onze huidige weerdienst is en -communicatie kan we het niet op voorhand voor specifieke plaatsen het weer specifiek. We werken eraan om dit te verbeteren, maar dat zal nog even duren. Samen met de weerdienst van de communicatie over het gebied en de organisatie van de schied logen vooraf via de media om een heel helder beeld te krijgen. Zo worden de lokale autoriteiten, bewoners en lokale bestuursorganen, politie en gebouwdienst. Ook zullen we



IN EEN UUR TUD
in de voorbije uren het nog volle zon op Puikelpop. Dit uur later bleek een zwaar onweer los, die wolkten dalen over op voorhand, maar die informatie heeft de organisatoren niet tijdig bereikt. (Foto: PhotoFestival)

Sms'je bij onweer

OOK Zouden WE SOCIAALNETWERKSITES ZOALS TWITTER KUNNEN GEBRUIKEN OM TE INFORMEREN

David Deheer

socialisatiewerkten vaak maar mensen in de bereikbare regio's. Ook de samenwerking met de lokale bestuursorganen kan een punt bereikt. Nu hebben we een aantal gemeenten opgericht in het

land festival afgepakt en dit kunnen we het ook naar specifieke plaatsen en voor gezamenlijk weer. Het KMI zou dan een volgende zomer op voorhand met de festivalorganisatoren afspreken willen maken. De kans om te voorkomen op maat maken voor de regio en ook voorhand in contact staan als er gewaar dreigt tijdens het festival.

Verder hoop werkmans David Deheer om de samenwerking met de politie en brandweer. Als je kan om een helpen om een onweer bereikt te scharen door een soort mogelijk op de hoogte te brengen als er ergens schade is door hagel of wind. Zo kunnen we de regio waar de onweer staat, zodat op de hoogte brengen.

Niemand vervoerd voor Puikelpop-ramp

het gemeentelijk onderzoek naar het drama op Puikelpop is afgerond. Niemand zal vervolgd worden, want er kan op geen enkele manier worden zij van een misdrijf overtuigen het parlement verslaakt. Het gaat om alternatieve modellen. De organisatie van het festival moet geen schuld voor de dramatische gebeurtenissen, minister. (JC)



SAEY

Kleurrijke warmte

De SAEY Gustav verwarmt. Door zijn strakke lijn en trendy kleuren, en door de innovatieve technologieën die zijn prestaties de hoogte injagen. Het resultaat? Een zuinige kachel met een rendement van maar liefst 81%, en een bijzonder lage uitstoot van CO2 en fijn stof. Kortom, met de SAEY Gustav haal je de kachelttechnologie van de toekomst vandaag al in huis!



Verdelers op www.saeysheating.com

Figuur 15: voorbeeld totale oppervlakte foto's

De gemiddelde verhouding tussen de foto's en de grootte van het artikel bedraagt **39,5%** en ligt dus dicht bij de **39%** van 'Massale solidariteit via Twitter', een artikel uit De Standaard van 19 augustus. Het kadertje 'We zijn in rouw' is een apart artikel en draagt dus niet bij tot de totale grootte van het artikel over Twitter. In dit geval wordt enkel het artikel afgebeeld, niet de volledige krantenpagina:

SOCIALE MEDIA BEWIJZEN

Massale



Drie aanblikken, gemaakt met mobiele telefoons, werden via Twitter de wereld ingediend. <\/p>

Via Twitter kwam gisteren een ongeziene stroom aan informatie en hulpverlening op gang. Een tijdlijn in tweets.

18.15 u. Het overste begint de foto's te nemen, maar de foto's worden niet geplaatst. Het overste en de andere publieke mensen schieten onder de tenten. De Chateau doet logisch het overste het gewicht van het water en gaat te rinkel dan een minuscule tijdje de vloer.

18.25 u. Het overste is in angst. Het is niet mogelijk, maar de foto's worden niet geplaatst. Het overste en de andere publieke mensen schieten onder de tenten. De Chateau doet logisch het overste het gewicht van het water en gaat te rinkel dan een minuscule tijdje de vloer.

19.30 u. De noodtoestand is over het algemeen schadeloos. Het overste en de andere publieke mensen schieten onder de tenten. De Chateau doet logisch het overste het gewicht van het water en gaat te rinkel dan een minuscule tijdje de vloer.


20 u. Het overste en de andere publieke mensen schieten onder de tenten. De Chateau doet logisch het overste het gewicht van het water en gaat te rinkel dan een minuscule tijdje de vloer.

21 u. Het overste en de andere publieke mensen schieten onder de tenten. De Chateau doet logisch het overste het gewicht van het water en gaat te rinkel dan een minuscule tijdje de vloer.

22 u. Het overste en de andere publieke mensen schieten onder de tenten. De Chateau doet logisch het overste het gewicht van het water en gaat te rinkel dan een minuscule tijdje de vloer.

NUT TUDENS DRAMA

solidariteit via Twitter



OP DE WEIDE NA DE RAMP
'We zijn in rouw'

Op de verlegen weide bleven gisteravond duizenden festivalgangers rondhangen.

21 u. De laatste burgemeester Hilde Cloos en organisator Chielok Mahuizen houden een persconferentie. Het overste en de andere publieke mensen schieten onder de tenten. De Chateau doet logisch het overste het gewicht van het water en gaat te rinkel dan een minuscule tijdje de vloer.

22 u. De overste en de andere publieke mensen schieten onder de tenten. De Chateau doet logisch het overste het gewicht van het water en gaat te rinkel dan een minuscule tijdje de vloer.

23 u. Het overste en de andere publieke mensen schieten onder de tenten. De Chateau doet logisch het overste het gewicht van het water en gaat te rinkel dan een minuscule tijdje de vloer.

24 u. Het overste en de andere publieke mensen schieten onder de tenten. De Chateau doet logisch het overste het gewicht van het water en gaat te rinkel dan een minuscule tijdje de vloer.

25 u. Het overste en de andere publieke mensen schieten onder de tenten. De Chateau doet logisch het overste het gewicht van het water en gaat te rinkel dan een minuscule tijdje de vloer.

26 u. Het overste en de andere publieke mensen schieten onder de tenten. De Chateau doet logisch het overste het gewicht van het water en gaat te rinkel dan een minuscule tijdje de vloer.

27 u. Het overste en de andere publieke mensen schieten onder de tenten. De Chateau doet logisch het overste het gewicht van het water en gaat te rinkel dan een minuscule tijdje de vloer.

28 u. Het overste en de andere publieke mensen schieten onder de tenten. De Chateau doet logisch het overste het gewicht van het water en gaat te rinkel dan een minuscule tijdje de vloer.

29 u. Het overste en de andere publieke mensen schieten onder de tenten. De Chateau doet logisch het overste het gewicht van het water en gaat te rinkel dan een minuscule tijdje de vloer.

30 u. Het overste en de andere publieke mensen schieten onder de tenten. De Chateau doet logisch het overste het gewicht van het water en gaat te rinkel dan een minuscule tijdje de vloer.

31 u. Het overste en de andere publieke mensen schieten onder de tenten. De Chateau doet logisch het overste het gewicht van het water en gaat te rinkel dan een minuscule tijdje de vloer.

32 u. Het overste en de andere publieke mensen schieten onder de tenten. De Chateau doet logisch het overste het gewicht van het water en gaat te rinkel dan een minuscule tijdje de vloer.

33 u. Het overste en de andere publieke mensen schieten onder de tenten. De Chateau doet logisch het overste het gewicht van het water en gaat te rinkel dan een minuscule tijdje de vloer.

34 u. Het overste en de andere publieke mensen schieten onder de tenten. De Chateau doet logisch het overste het gewicht van het water en gaat te rinkel dan een minuscule tijdje de vloer.

35 u. Het overste en de andere publieke mensen schieten onder de tenten. De Chateau doet logisch het overste het gewicht van het water en gaat te rinkel dan een minuscule tijdje de vloer.

36 u. Het overste en de andere publieke mensen schieten onder de tenten. De Chateau doet logisch het overste het gewicht van het water en gaat te rinkel dan een minuscule tijdje de vloer.

37 u. Het overste en de andere publieke mensen schieten onder de tenten. De Chateau doet logisch het overste het gewicht van het water en gaat te rinkel dan een minuscule tijdje de vloer.

38 u. Het overste en de andere publieke mensen schieten onder de tenten. De Chateau doet logisch het overste het gewicht van het water en gaat te rinkel dan een minuscule tijdje de vloer.

39 u. Het overste en de andere publieke mensen schieten onder de tenten. De Chateau doet logisch het overste het gewicht van het water en gaat te rinkel dan een minuscule tijdje de vloer.

40 u. Het overste en de andere publieke mensen schieten onder de tenten. De Chateau doet logisch het overste het gewicht van het water en gaat te rinkel dan een minuscule tijdje de vloer.

41 u. Het overste en de andere publieke mensen schieten onder de tenten. De Chateau doet logisch het overste het gewicht van het water en gaat te rinkel dan een minuscule tijdje de vloer.

42 u. Het overste en de andere publieke mensen schieten onder de tenten. De Chateau doet logisch het overste het gewicht van het water en gaat te rinkel dan een minuscule tijdje de vloer.

43 u. Het overste en de andere publieke mensen schieten onder de tenten. De Chateau doet logisch het overste het gewicht van het water en gaat te rinkel dan een minuscule tijdje de vloer.

44 u. Het overste en de andere publieke mensen schieten onder de tenten. De Chateau doet logisch het overste het gewicht van het water en gaat te rinkel dan een minuscule tijdje de vloer.

45 u. Het overste en de andere publieke mensen schieten onder de tenten. De Chateau doet logisch het overste het gewicht van het water en gaat te rinkel dan een minuscule tijdje de vloer.

46 u. Het overste en de andere publieke mensen schieten onder de tenten. De Chateau doet logisch het overste het gewicht van het water en gaat te rinkel dan een minuscule tijdje de vloer.

47 u. Het overste en de andere publieke mensen schieten onder de tenten. De Chateau doet logisch het overste het gewicht van het water en gaat te rinkel dan een minuscule tijdje de vloer.

48 u. Het overste en de andere publieke mensen schieten onder de tenten. De Chateau doet logisch het overste het gewicht van het water en gaat te rinkel dan een minuscule tijdje de vloer.

49 u. Het overste en de andere publieke mensen schieten onder de tenten. De Chateau doet logisch het overste het gewicht van het water en gaat te rinkel dan een minuscule tijdje de vloer.

50 u. Het overste en de andere publieke mensen schieten onder de tenten. De Chateau doet logisch het overste het gewicht van het water en gaat te rinkel dan een minuscule tijdje de vloer.

51 u. Het overste en de andere publieke mensen schieten onder de tenten. De Chateau doet logisch het overste het gewicht van het water en gaat te rinkel dan een minuscule tijdje de vloer.

52 u. Het overste en de andere publieke mensen schieten onder de tenten. De Chateau doet logisch het overste het gewicht van het water en gaat te rinkel dan een minuscule tijdje de vloer.

53 u. Het overste en de andere publieke mensen schieten onder de tenten. De Chateau doet logisch het overste het gewicht van het water en gaat te rinkel dan een minuscule tijdje de vloer.

54 u. Het overste en de andere publieke mensen schieten onder de tenten. De Chateau doet logisch het overste het gewicht van het water en gaat te rinkel dan een minuscule tijdje de vloer.

55 u. Het overste en de andere publieke mensen schieten onder de tenten. De Chateau doet logisch het overste het gewicht van het water en gaat te rinkel dan een minuscule tijdje de vloer.

56 u. Het overste en de andere publieke mensen schieten onder de tenten. De Chateau doet logisch het overste het gewicht van het water en gaat te rinkel dan een minuscule tijdje de vloer.

57 u. Het overste en de andere publieke mensen schieten onder de tenten. De Chateau doet logisch het overste het gewicht van het water en gaat te rinkel dan een minuscule tijdje de vloer.

58 u. Het overste en de andere publieke mensen schieten onder de tenten. De Chateau doet logisch het overste het gewicht van het water en gaat te rinkel dan een minuscule tijdje de vloer.

59 u. Het overste en de andere publieke mensen schieten onder de tenten. De Chateau doet logisch het overste het gewicht van het water en gaat te rinkel dan een minuscule tijdje de vloer.

60 u. Het overste en de andere publieke mensen schieten onder de tenten. De Chateau doet logisch het overste het gewicht van het water en gaat te rinkel dan een minuscule tijdje de vloer.

Figuur 16: voorbeeld verhouding foto's – tekst

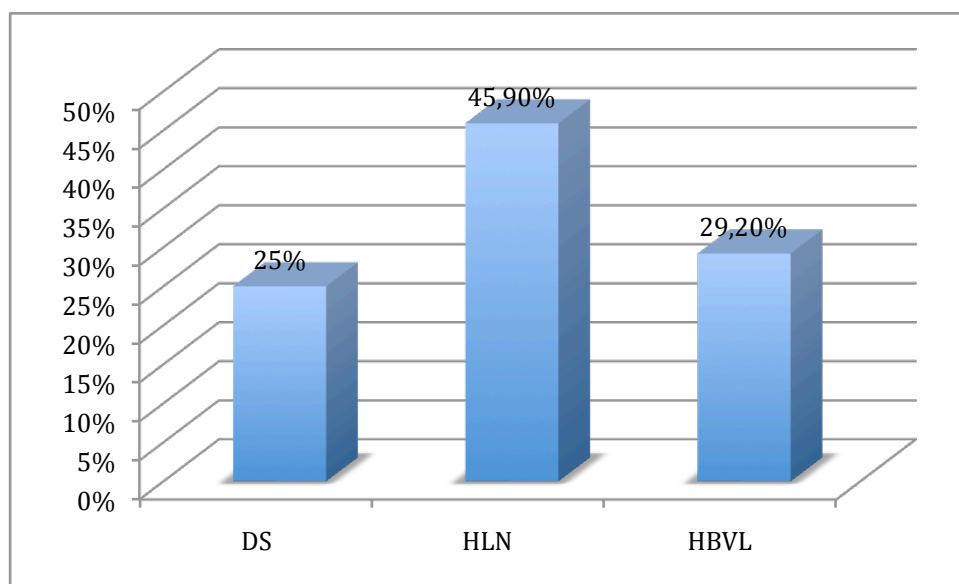
Behalve de grootte van de foto's werd ook de inhoud onder de loep genomen. De zaken die het meest werden afgebeeld, zijn:

- Festivalganger(s): **60x** afgebeeld
- Materiële schade: **37x**
- Organisatie: **31x**
- Dodelijk slachtoffer: **21x**
- Artiest / Herdenking: **17x**
- Familie/vrienden van betrokkene(n): **16x**

De vergelijking tussen de drie kranten levert geen significant resultaat op, de volgorde van de top drie wordt telkens behouden. Het enige opmerkelijke verschil is dat 'Familie/vrienden van betrokkene(n)' zowel bij Het Laatste Nieuws als bij Het Belang van Limburg hoog eindigt, terwijl dit thema op geen enkele foto in De Standaard voorkomt. Wat de inhoud van de foto's betreft, lijkt De Standaard dus minder tabloidkenmerken te vertonen dan de andere dagbladen. De kwaliteitskrant speelt immers niet in op verdriet en emoties maar behoudt een respectvolle afstand door ervoor te kiezen geen familie of vrienden van betrokkenen af te beelden.

C4.

Bijna één op vijf (17,8%) van het totaal artikels bevat een foto waarop emoties worden afgebeeld. De artikels zonder foto's buiten beschouwing gelaten, wil dit dus zeggen dat **32,6%** van alle afbeeldingen emotioneel geladen is. De kruistabel 'Krant – Emotie foto's' ($X^2= 10,75$; $df= 4$; $p < .05$) geeft aan dat er op dit punt een betekenisvol verschil bestaat tussen de kranten. Van de artikels met foto's is er in De Standaard **25%** dat emoties toont, in Het Belang van Limburg bedraagt dit **29,2%** en in Het Laatste Nieuws maar liefst **45,9%**. Dit is nogmaals de volgorde die we reeds bij andere variabelen konden vaststellen: De Standaard gebruikt het minst tabloidelementen en Het Laatste Nieuws het meest.



Figuur 17: emotie foto's per krant

C5.

De artikels over de Pukkelpop ramp hebben een gemiddelde grootte van **350,8 cm²**. De Standaard heeft zowel de kleinste minimum als maximum waarde, maar haalt wel het hoogste gemiddelde: **405,3 cm²**. Het Laatste Nieuws publiceerde het grootste artikel – liefst 2422,6 cm² – en heeft een gemiddelde van **356,5 cm²**. De gemiddelde grootte van een artikel in Het Belang van Limburg is ten slotte **320,4 cm²**. We kunnen echter niet spreken van een significant onderscheid ($p < .05$).

Krant	Gemiddelde grootte
De Standaard	405,3 cm ²

Het Laatste Nieuws	356,6 cm ²
Het Belang van Limburg	320,4 cm ²

Tabel 8: gemiddelde grootte per krant

Volgend voorbeeld geeft een voorstelling van de gemiddelde oppervlakte van een artikel over Pukkelpop. Het betreft pagina 21 uit De Standaard van 23 augustus, waarop een opiniestuk over de ramp verscheen dat 350 cm² meette.

DE STANDAARD
DINSDAG 23 AUGUSTUS 2011

MET DE M VAN MODE, MERKEN EN MEDIA

De kleren maken het madammeke

De manier waarop kinderen worden opgevoerd in reclame stuit op weerstand. **MARC MICHILS** heeft daar begrip voor, maar hoopt dat het eerder tot reflectie leidt in de sector dan tot nieuwe reglementen.



MARC MICHILS
Wat? Doe wat Sarah! (Sarah? Dus niet in het nederlands? Het is mijn naam, niet van mijn moeder. Wat? Ik heb het nederlands niet geleerd, ik heb het nederlands niet geleerd. Het is mijn naam, niet van mijn moeder.)

Dit is een artikel uit 'De kleren maken het madammeke' van Marc Michils in De Standaard van 23 augustus 2011. Het behandelt de manier waarop kinderen worden opgevoerd in reclame en de impact daarvan op hun zelfbeeld en identiteit. Het artikel is een opiniestuk dat kritiek geeft op de manier waarop kinderen worden opgevoerd in reclame en de impact daarvan op hun zelfbeeld en identiteit.

OPINIE & ANALYSE 21

BRIEF VAN DE DAG

DE BELGEN ROUWEN EN DE NEDERLANDERS HEBBEN COMMENTAAR

De denken op Pukkelpop zijn nog niet gevallen of de Nederlandse media schieten de schuldvraag af.

In de Helder Rosen stond ik. Deze tent doet haer maar een paar meter van de 500 miljoen die in de laatste maanden van de zomer worden besteed aan de organisatie van dit festival. Het is de Helder Rosen die de organisatie van dit festival financiert. Het is de Helder Rosen die de organisatie van dit festival financiert. Het is de Helder Rosen die de organisatie van dit festival financiert.

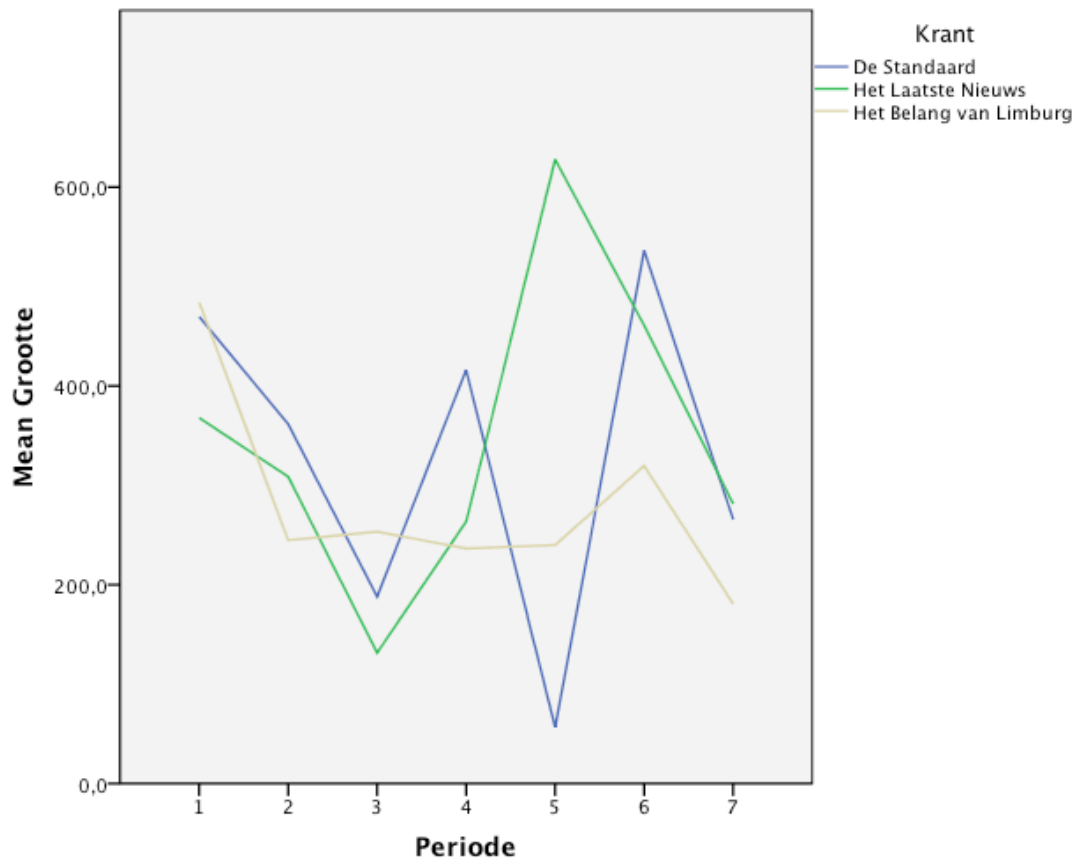
Dit is een opiniestuk over de organisatie van het Pukkelpop festival en de impact daarvan op de Nederlandse media. Het artikel is een opiniestuk dat kritiek geeft op de manier waarop kinderen worden opgevoerd in reclame en de impact daarvan op hun zelfbeeld en identiteit.

Merken en commercie
hoeven niet heiliger te zijn dan de realiteit

Dit is een opiniestuk over de manier waarop kinderen worden opgevoerd in reclame en de impact daarvan op hun zelfbeeld en identiteit. Het artikel is een opiniestuk dat kritiek geeft op de manier waarop kinderen worden opgevoerd in reclame en de impact daarvan op hun zelfbeeld en identiteit.

Figuur 18: voorbeeld gemiddelde oppervlakte

Volgende grafiek geeft een beeld van de evolutie van de gemiddelde oppervlakte over de verschillende periodes:



Figuur 19: grafiek grootte - periode

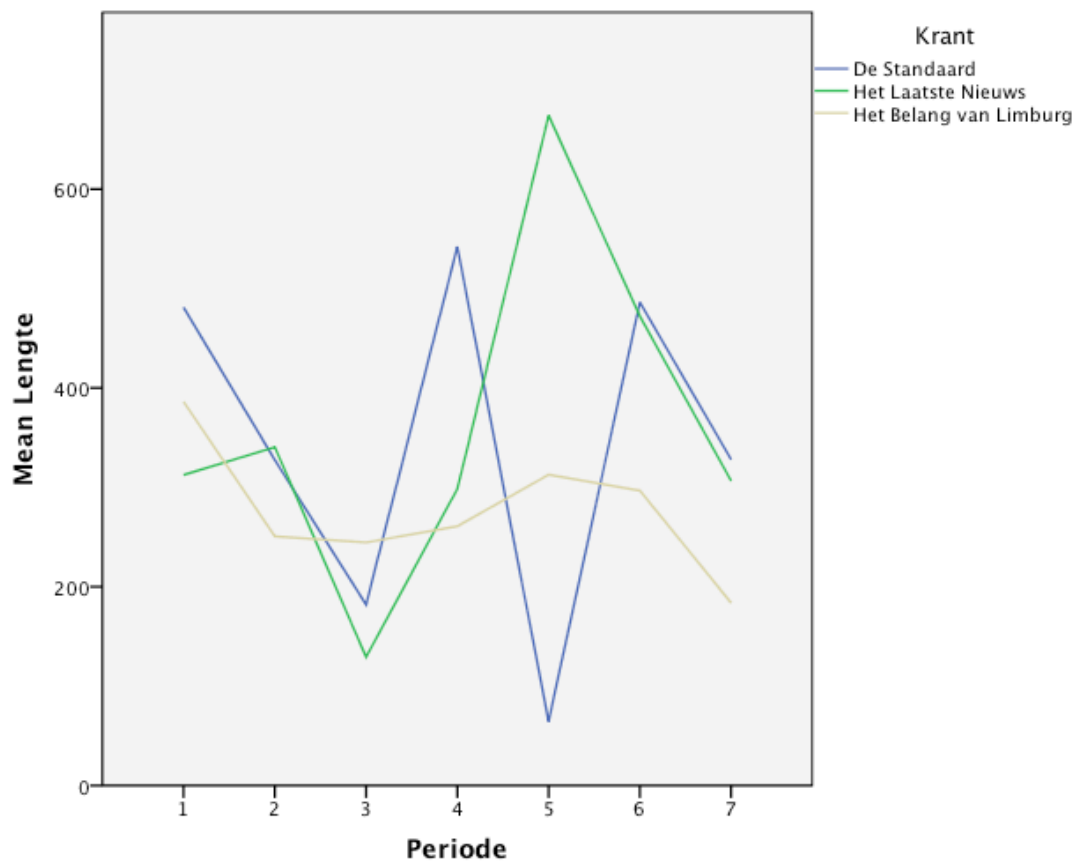
Het Belang van Limburg haalt in de eerste periode het hoogste gemiddelde maar valt daarna terug op een kleinere oppervlakte die redelijk constant blijft, uitgezonderd een stijging in de zesde periode. De gemiddelde grootte van een artikel in Het Laatste Nieuws kent daarentegen enorme schommelingen. Tijdens periode 3 duikt het naar een dieptepunt om daarna, in periode 5, weer de hoogte in te schieten. De grafiek van De Standaard zweeft vlak boven die van Het Laatste Nieuws, met uitzondering van een indrukwekkende val in periode 5. Dit was in oktober 2011, toen bekend werd gemaakt dat de festivalgangers vergoed zouden worden in drank- en eetbonnen. Voor Het Laatste Nieuws en Het Belang van Limburg was dit een gelegenheid om het Pukkelpop-thema opnieuw in grote mate aan te kaarten. De Standaard schreef daarentegen enkel korte artikeltjes die louter het nieuws naar voren brachten.

Wat de grootte van de artikels betreft, is er geen duidelijk onderscheid tussen de verschillende dagbladen. De Standaard haalt hier de hoogste waarde, dit wil zeggen dat de kwaliteitskrant het meeste plaats aan Pukkelpop besteedde, hoewel ze niet de grootste titels noch foto's had. In dit geval wijst de hoogste waarde er dus op dat deze krant niet onderhevig is aan tabloidisering.

C6.

Een artikel over de storm op Pukkelpop heeft een gemiddelde lengte van 337 woorden (iets meer dan het stuk tekst dat zich tussen figuur 19 en 20 bevindt). Het gemiddeld aantal woorden per krant ligt telkens slechts een 50-tal woorden van elkaar verwijderd, er is dus geen sprake van een betekenisvol verschil ($p < .05$). Een artikel in De Standaard telde gemiddeld **403** woorden, in Het Laatste Nieuws bedroeg dit **348** en in Het Belang van Limburg **298**. Dit hangt natuurlijk samen met de oppervlakte van de artikels, wat in het vorige puntje werd besproken.

De grafiek van het gemiddeld aantal woorden per periode komt dan ook nagenoeg volledig overeen met die van de gemiddelde grootte:



Figuur 20: grafiek lengte - periode

C7.

In het codeboek werd een variabele opgenomen om te onderzoeken of de gepresenteerde cijfergegevens vaak overdreven werden. Dit bleek niet het geval te zijn, in slechts 5 artikels werden overdreven cijfers gepubliceerd. Deze artikels vielen

allemaal binnen de eerste periode, toen er niet altijd duidelijkheid bestond over het aantal dodelijke of gewonde slachtoffers en andere cijfergegevens. Dit verklaart waarom er op dat moment onjuistheden in de berichtgeving zijn kunnen sluipen.

Conclusie

De verschillende elementen die hierboven werden bestudeerd, zijn kenmerken die vaak voorkomen in tabloidkranten: grote titels, gebruik van quotes als titel, grote foto's, vertoon van emoties op de foto's, weinig woorden en veel overdrijvingen. Op het laatste puntje na werden al deze elementen veelvuldig gebruikt in de verschillende kranten. Het eerste deel van hypothese 4 – “over het algemeen neigen de drie kranten naar meer tabloidkenmerken bij de berichtgeving over de ramp op Pukkelpop” – kan dus bevestigd worden. Ook het tweede onderdeel van deze hypothese bleek te kloppen, de populaire kranten vertoonden meer tabloidkenmerken dan de kwaliteitskrant. De Standaard eindigde bijna altijd onderaan de rangschikking, ze had de kleinste titels, het minst quotes in de titel en het minst emoties op de foto's. De oppervlakte van de foto's was in De Standaard iets groter dan in Het Belang van Limburg, maar ze namen beduidend minder plaats in ten opzichte van het volledige artikel. Ondanks bovengenoemde verschillen besteedde de kwaliteitskrant gemiddeld het meeste plaats en het meeste woorden aan de Pukkelpop-ramp. Het Laatste Nieuws getuigde meestal van het meest tabloidisering, vooral het gebruik van emoties op de foto's was bij deze krant verrassend groot. Ook Het Belang van Limburg vertoonde veel tabloidkenmerken, de regionale krant had gemiddeld de kleinste artikels met het minste woorden en plaatste het meeste quotes in de titel. Bovendien namen de foto's er aanzienlijk veel plaats in ten opzichte van het totale artikel.

De vijfde hypothese – “het human interest-frame zal in de drie kranten overheersen en het meest gebruikt worden in de populaire kranten” – werd reeds in vraag A besproken. Daar zagen we dat het human interest-frame vooral tijdens de eerste helft van de onderzochte periode werd gebruikt en dat De Standaard er het minst gebruik van maakte. Dit wordt hier nogmaals bevestigd, de kwaliteitskrant gebruikte het minst quotes in de titel, vertoonde het minst emotie op de foto's en plaatste geen afbeeldingen van familie of vrienden van betrokkenen.

d. Zijn de voorgestelde gegevens accuraat?

H6: De eerste dagen zullen het meest inaccurate gegevens verschijnen, na verloop van tijd zullen deze onnauwkeurigheden verdwijnen.

Deze vraag werd reeds grotendeels beantwoord in het deel over de fases van Vasterman. In het totaal werd slechts zes maal een verkeerd aantal dodelijke slachtoffers doorgegeven, drie maal een fout aantal gewonden en twee maal inaccurate informatie over de materiële schade. Al deze fouten werden tijdens de eerste twee dagen gepubliceerd, wat overeenkwam met de kenmerken die Vasterman toewijst aan de eerste fase van een mediahype. De zesde hypothese klopt:

H6: De eerste dagen zullen het meest inaccurate gegevens verschijnen, na verloop van tijd zullen deze onnauwkeurigheden verdwijnen.

De verdeling van de gemaakte fouten over de drie kranten druist daarentegen wel in tegen de verwachtingen. In Het Belang van Limburg verscheen geen enkele inaccuratheid, Het Laatste Nieuws haalde een totaal van vier fouten en De Standaard publiceerde zeven onjuistheden. De kruistabel 'Krant – Accuraatheid aantal doden' is de enige die een significant verschil aangeeft ($X^2 = 16,72$; $df = 4$; $p < .05$), De Standaard is hier namelijk vijf keer in de fout gegaan en Het Laatste Nieuws slechts één keer. Dit resultaat moet echter genuanceerd worden, vlak na de ramp werd er immers een fout aantal dodelijke slachtoffers gecommuniceerd. Dit aantal (vijf) werd aanvankelijk overgenomen door De Standaard, maar werd na de rechtzetting in een apart artikel gecorrigeerd. De storm had aan vier festivalgangers het leven gekost, een vijfde slachtoffer overleed enkele dagen later in het ziekenhuis, wat op 25 augustus correct in de drie kranten verscheen.

e. Wordt er openlijk kritiek gegeven? Van welke bron is de kritiek afkomstig?

H7: Aanvankelijk zijn de media voorzichtig met kritiek en ligt de nadruk op empathie en emotie, naarmate de tijd verstrijkt zullen de drie kranten zeer kritische vragen stellen.

H8: Het Belang van Limburg zal door de nabijheid meer empathie vertonen en minder kritisch uit de hoek komen.

In het codeboek werden tien omstreden thema's opgenomen die mogelijk een reactie van kritiek konden uitlokken:

- Weersvoorspelling
- Ontbreken van een waarschuwing voor de storm
- Veiligheid van het festival
- Communicatie voor, tijdens en na de ramp
- Hulporganisatie
- Stopzetting van het festival
- Financiën
- Toekomst beslissingen
- Telecommunicatie
- Politieke verbanden

In bijna één op vier artikels (**23,2%**) wordt openlijk kritiek gegeven op één van deze thema's. Het percentage van Het Laatste Nieuws (**25%**) ligt wat hoger dan dit gemiddelde maar verschilt niet genoeg van De Standaard (**22,8%**) en Het Belang van Limburg (**22%**) om betekenisvol te zijn.

Er zijn twee onderwerpen waar geen kritiek op werd gegeven en die dus verder buiten beschouwing kunnen worden gelaten: de weersvoorspelling en de toekomst beslissingen. Ook de kritiek op de stopzetting van het festival (één artikel), de hulporganisatie en de politieke verbanden (telkens twee artikels) is verwaarloosbaar. De meest omstreden thema's waren de volgende:

- 1) Financiën: 27 artikels met kritiek (**10,4%**)
- 2) Communicatie: 22 (**8,5%**)
- 3) Telecommunicatie: 11 (**4,2%**)
- 4) Waarschuwing: 10 (**3,9%**)
- 5) Veiligheid: 6 (**2,3%**)

De kritiek was vooral afkomstig van volgende bronnen:

- a) Journalist: **19** maal

- b) Jurist: **14** maal
- c) Festivalgangers: **11** maal
- d) Sociale media / Familie en vrienden van betrokkenen: **7** maal
- e) Andere media / klimatologen: **6** maal

Wanneer we kijken naar de verdeling van de kritiek over de verschillende periodes, zien we een duidelijke evolutie:

Periode * totaal kritiek Crosstabulation

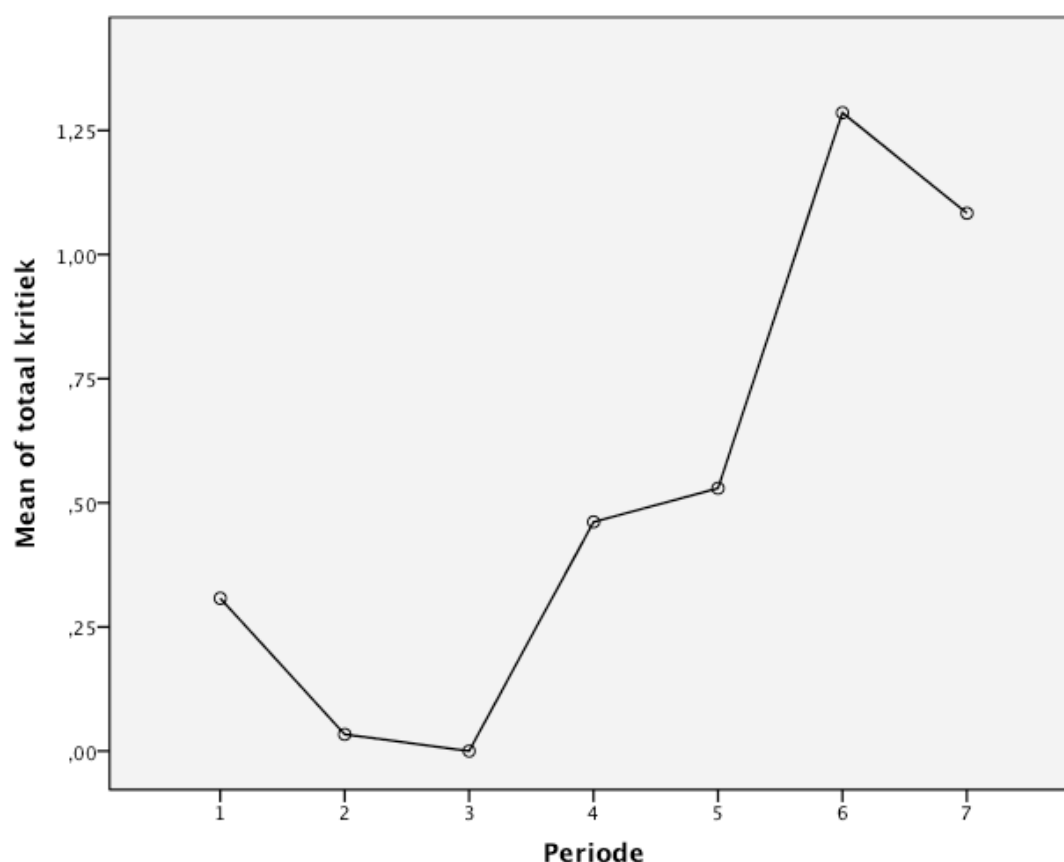
		totaal kritiek				Total
		0	1	2	3	
Periode 1	Count	82	13	8	1	104
	% within Periode	78,8%	12,5%	7,7%	1,0%	100,0%
2	Count	87	1	1	0	89
	% within Periode	97,8%	1,1%	1,1%	,0%	100,0%
3	Count	10	0	0	0	10
	% within Periode	100,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%
4	Count	7	6	0	0	13
	% within Periode	53,8%	46,2%	,0%	,0%	100,0%
5	Count	9	7	1	0	17
	% within Periode	52,9%	41,2%	5,9%	,0%	100,0%
6	Count	2	6	6	0	14
	% within Periode	14,3%	42,9%	42,9%	,0%	100,0%
7	Count	2	7	3	0	12
	% within Periode	16,7%	58,3%	25,0%	,0%	100,0%
Total	Count	199	40	19	1	259
	% within Periode	76,8%	15,4%	7,3%	,4%	100,0%

Figuur 21: kruistabel periode – totaal kritiek

Tijdens de eerste drie periodes is het aantal artikels zonder kritiek in de meerderheid. In periode 4 en 5 begint dit evenwicht reeds te kantelen en zijn de artikels zonder en met kritiek ongeveer gelijk verdeeld. Tijdens de twee laatste periodes zijn de verhoudingen volledig omgedraaid en bevat de overgrote meerderheid van de artikels één of meerdere punten van kritiek. Hypothese 7 wordt met andere woorden bevestigd:

H7: Aanvankelijk zijn de media voorzichtig met kritiek en ligt de nadruk op empathie en emotie, naarmate de tijd verstrijkt zullen de drie kranten zeer kritische vragen stellen.

Wanneer we deze resultaten in een grafiek gieten, kunnen we hieruit ook duidelijk bovengenoemde evolutie aflezen:



Figuur 22: grafiek kritiek - periode

Tijdens periodes 5, 6 en 7 is het vooral het thema ‘Financiën’ dat onder vuur wordt genomen. In periode 5 wordt hier zeven maal kritiek op gegeven, in periode 7 negen maal en in periode 6 elf maal. Hierbij worden voornamelijk juristen als bron gebruikt.

Tussen de kranten onderling zijn er weinig grote verschillen wat betreft de thema’s waarop kritiek wordt gegeven en de bronnen waarvan de kritiek afkomstig is. De enige kruistabel die een significant resultaat geeft is ‘Krant – Kritiek veiligheid’ ($X^2=7,16$; $df=2$; $p < .05$). De Standaard geeft namelijk in vier artikels kritiek op de veiligheid, terwijl dat bij Het Laatste Nieuws en Het Belang van Limburg telkens slechts 1 artikel is. Dit hangt samen met de verhoogde aandacht die de kwaliteitskrant tijdens de eerste periode aan het onderwerp ‘Verantwoordelijkheid’ schenkt (cf. vraag A2). Vaak gaat het om retorische vragen die niet beantwoord worden maar een duidelijke kritische ondertoon creëren. Bijvoorbeeld: “Had hij (Chokri Mahassine) de storm niet moeten voorzien en de bezoekers verwittigen?” of “Waren de tenten wel

stevig genoeg?” en “Beregelen we alles goed?”. De artikels bieden echter steeds een weerwoord van de organisatie of andere partijen die benadrukken dat de kritiek onterecht is. Het gaat dus niet om eenzijdige, louter negatieve benaderingen.

Behalve veiligheid is ook het thema ‘Financiën’ noemenswaardig, omdat De Standaard maar twee artikels telt met kritiek op dit onderwerp, in tegenstelling tot Het Laatste Nieuws en Het Belang van Limburg die respectievelijk twaalf en dertien maal kritiek uitten op de financiële beslissingen. Deze twee afwijkingen zorgen ervoor dat de meest omstreden thema’s in De Standaard verschillen van die in de andere twee kranten:

Krant	Meest omstreden thema’s
De Standaard	Communicatie: 5x Veiligheid: 4x Telecommunicatie: 3x Waarschuwing: 3x Financiën: 2x
Het Laatste Nieuws	Financiën: 12x Communicatie: 7x Waarschuwing: 3x Telecommunicatie: 2x Politiek: 2x
Het Belang van Limburg	Financiën: 13x Communicatie: 10x Telecommunicatie: 6x Waarschuwing: 4x

Tabel 9: meest omstreden thema’s per krant

In Het Laatste Nieuws en Het Belang van Limburg was de kritiek vooral afkomstig van de journalisten zelf, van juristen, festivalgangers en familie of vrienden van betrokkenen. Ook op dit vlak verschilt De Standaard van de andere kranten, de bronnen ‘Festivalgangers’ en ‘Familie/vrienden van betrokkenen’ komen niet voor in

de top vier van meest kritische bronnen. In hun plaats vinden we ‘Andere media’ en ‘Sociale media’.

Krant	Bronnen kritiek
De Standaard	Journalist: 5x Andere media: 3x Jurist: 2x Sociale media: 2x
Het Laatste Nieuws	Journalist: 6x Festivalganger(s): 4x Familie/vrienden betrokkene: 4x Jurist: 4x
Het Belang van Limburg	Journalist: 8x Jurist: 8x Festivalganger: 6x Familie/vrienden betrokkene: 3x

Tabel 10: meest gebruikte bronnen van kritiek per krant

De Standaard gebruikt slechts één maal een festivalganger als bron van kritiek en in geen enkel geval familie of vrienden van betrokkenen. In vraag C (onderdeel C3) zagen we dat de kwaliteitskrant ook geen familie of vrienden van betrokkenen afbeeldde op de foto's. De Standaard laat zich enerzijds minder meeslepen door het *human interest*-perspectief dat leed en emoties in de kijker zet, anderzijds neemt deze krant ook niet deel aan de mediagolf van kritiek die tijdens de latere periodes het financiële thema overspoelde. Dit bevestigt eerdere conclusies, namelijk dat de krant in mindere mate participeert aan de mediahype en de bijhorende tabloidisering.

De achtste hypothese luidde:

H8: Het Belang van Limburg zal door de nabijheid meer empathie vertonen en minder kritisch uit de hoek komen.

Het Belang van Limburg had inderdaad het kleinste percentage kritische artikels (22%), maar het verschil met De Standaard (22,8%) is minimaal en ook Het Laatste

Nieuws (25%) heeft geen significant hoger cijfer. Hoewel de ramp in Hasselt plaatsvond en Het Belang van Limburg daardoor geacht werd meer voeling te hebben met het festival, stelde de regionale krant zich dus niet milder op.

f. Wordt de schuldvraag beantwoord?

In slechts zeven gevallen wordt de schuldvraag expliciet behandeld. Drie van deze zeven duiden het natuurverschijnsel aan als schuldige: Pukkelpop werd getroffen door het noodlot en daar kon niemand wat aan doen. Vier artikels spreken zich negatief uit over de schuldvraag en wijzen met de vinger naar de organisatie of de weermannen. Het betreft één artikel in De Standaard dat de weermannen beschuldigt, één in Het Belang van Limburg en twee in Het Laatste Nieuws die de organisatie onder vuur nemen. Het verschil tussen de kranten is niet significant ($X^2 = 0,84$; $df = 2$; $p > .05$) en de cijfers zijn verwaarloosbaar klein. Vragen over schuld en verantwoordelijkheid worden vaak gesteld maar krijgen zelden een expliciet antwoord. Journalisten gaan er op een subtielere manier mee om en laten eerder tussen de regels door blijken wat hun mening is.

g. Behouden de verschillende kranten éénzelfde visie gedurende de totale berichtgeving?

H9: Het nieuws zal de voorpagina halen of vooraan in de krant staan. Naarmate de tijd vordert wordt het aantal artikels minder en verschijnt het meer achteraan in de krant.

Om deze vraag te kunnen beantwoorden, zullen we de evolutie van de verschillende variabelen over de zeven periodes bestuderen. De volgende tabel geeft per periode een overzicht van het gemiddelde van de cijfermatige gegevens:

Periode	1	2	3	4	5	6	7
Pagina	8	8,01	13,3	12,38	9,53	9,07	7
Opp. (cm ²)	438,5	287,5	198,1	258,6	355,3	395,6	228,5

Lengte	387,3	291,1	192,2	294,1	411	385,4	248,8
Titel (cm²)	48,4	30,4	21,3	42,9	51,8	64,7	43,9
Foto's (cm²)	193	118,8	86,9	73,5	100,2	147	48
Mythes	35,6%	11,2%	0	0	0	0	0
Inacc.	10,6%	0	0	0	0	0	0
Overdr.	4,8%	0	0	0	0	0	0
Kritiek	21,2%	2,2%	0	46,2%	47,1%	85,7%	83,3%
Quote titel	39,4%	23,6%	20%	15,4%	47,1%	50%	33,3%
Emotie Foto's	16,3%	20,2%	20%	7,7%	17,6%	21,4%	16,7%

Tabel 11: gemiddeldes per periode

Pagina

Periode	1	2	3	4	5	6	7
Pagina	8	8,01	13,3	12,38	9,53	9,07	7

Tabel 12: gemiddelde pagina per periode

Het gemiddelde paginanummer lijkt tijdens periode 1 en 2 vrij hoog. Dit kan verklaard worden doordat de kranten tijdens de eerste dagen volledige katernen wijdden aan het onderwerp, die tot vijftien pagina's lang konden zijn. Daarnaast stonden er op 20 augustus 2011 twee opiniestukken achteraan in De Standaard, op pagina 44 en 45. Dit zorgt er voor dat het gemiddelde naar boven opschuift. Tijdens periode 3 en 4 verschijnen de artikels zoals verwacht meer achteraan in de krant, om vervolgens vanaf periode 5 terug naar voren te verschuiven. Periode 5 valt in de maand oktober, toen werd bekend gemaakt dat de festivalgangers vergoed zouden worden in bonnen. Periode 6 situeert zich in november, toen de bonnen online beschikbaar werden gesteld en dit een golf aan negatieve reacties in de media veroorzaakte. De organisatie werd ervan beschuldigd morele druk uit te oefenen op de

festivalgangers opdat ze zouden afzien van hun bonnen. Bovendien zou de organisator zelf winst opstrijken maar geen geld hebben om tickets terug te betalen. Misnoegde festivalgangers die hun geld teruggeisen krijgen tijdens deze periode veel media-aandacht. Twee maanden later, in januari (periode 7), gaat het nog steeds over de terugbetaling van tickets. De aanleiding is een groep professoren van de KUL die stellen dat elke festivalganger recht heeft op terugbetaling. Dit verscheen op 16 januari 2012 op de voorpagina van Het Belang van Limburg, een dag later pikten ook Het Laatste Nieuws en De Standaard in op dit nieuws. Alle artikels verschijnen op de eerste tien pagina's van de kranten, vandaar het lage gemiddelde tijdens deze periode.

In het codeboek kon behalve het paginanummer ook de plaatsing van het artikel worden opgegeven, dit wil zeggen de rubriek van de krant waarin het artikel zich bevond. De overgrote meerderheid – **91,1%** – verscheen in de rubriek 'Binnenland'. 4,2% van de artikels haalde de voorpagina en 1,9% was een opiniestuk.

Hypothese 9 – “Het nieuws zal de voorpagina halen of vooraan in de krant staan. Naarmate de tijd vordert wordt het aantal artikels minder en verschijnt het meer achteraan in de krant” – wordt niet volledig bevestigd. Tot periode 4 verschuiven de artikels inderdaad naar achter, maar daarna komen ze telkens meer vooraan te staan. De kranten blijven ook in de latere periodes veel belang hechten aan het onderwerp en plaatsen elke nieuwe onthulling weer vooraan.

Oppervlakte

Periode	1	2	3	4	5	6	7
Opp. (cm²)	438,5	287,5	198,1	258,6	355,3	395,6	228,5

Tabel 13: gemiddelde oppervlakte per periode

Het zal niemand verbazen dat de gemiddelde oppervlakte van het totale artikel het grootst is in periode 1. Daarna worden de artikels kleiner tot en met periode 3, om vervolgens in stijgende lijn naar een nieuw hoogtepunt van 395,6 cm² te gaan tijdens periode 6. Periode 7 heeft dan weer het op één na kleinste gemiddelde met 228,5 cm². Hoewel Het Laatste Nieuws tijdens deze periode uitpakt met enkele grote artikels, wisselen de andere kranten af tussen middelgrote artikels en kleine berichten, wat het gemiddelde vrij laag houdt. Bovendien ligt de gemiddelde oppervlakte van de foto's

tijdens deze periode ook zeer laag, waardoor de totale grootte van het artikel vermindert. De grootte van de artikels fluctueert in overeenstemming met de mate van aandacht die aan het onderwerp wordt geschonken. Uiteraard is deze tijdens periode 1 het grootst, gevolgd door periode 5 en 6, waarin belangrijk nieuws werd onthuld en de media het onderwerp terug hoog op de agenda plaatsten. Na deze opwelling neemt de aandacht opnieuw af tijdens periode 7.

Lengte

Periode	1	2	3	4	5	6	7
Lengte	387,3	291,1	192,2	294,1	411	385,4	248,8

Tabel 14: gemiddelde lengte per periode

Het grootste aantal woorden werd niet tijdens periode 1 maar tijdens periode 5 behaald. Tijdens de eerste dagen werd dan ook vaak meer verteld door middel van beelden in plaats van met woorden. Tijdens periode 5 hadden de journalisten meer tijd om zich ten gronde te informeren en het onderwerp (de bekendmaking van de compensatie) leende zich minder tot het gebruik van visueel materiaal. De kranten wilden vooral hun lezers zo goed mogelijk op de hoogte brengen van de getroffen regeling. Ook tijdens periode 6 blijft dit onderwerp hoog op de agenda staan en wijden de dagbladen veel plaats – en veel woorden – aan het nieuws.

Titel

Periode	1	2	3	4	5	6	7
Titel (cm²)	48,4	30,4	21,3	42,9	51,8	64,7	43,9

Tabel 15: gemiddelde grootte titel per periode

De gemiddelde grootte van de titel ligt in periode 6 een pak hoger dan tijdens de andere periodes. Dit is de periode dat de Pukkelpop-organisatie het meest kritiek te verduren kreeg. De kranten wilden blijkbaar de aandacht van het publiek trekken met in het oog springende titels. Opvallend is dat De Standaard tijdens deze periode slechts 1 artikel publiceerde – waarvan de titel overigens maar 45,6 cm² groot was. Het zijn dus Het Belang van Limburg en – vooral – Het Laatste Nieuws die hun titels aanzienlijk vergrootten. Verder liggen de hoogste gemiddeldes in periode 1 (48,4

cm²), wat voor zich spreekt, en in periode 5 (51,8 cm²), omdat de kranten toen wilden uitpakken met het nieuws over de compensatie.

Foto's

Periode	1	2	3	4	5	6	7
Foto's (cm ²)	193	118,8	86,9	73,5	100,2	147	48

Tabel 16: gemiddelde grootte foto's per periode

Zoals te verwachten was, is de totale oppervlakte van de foto's gemiddeld het grootst tijdens de eerste periode (**193 cm²**). Vlak na de ramp verschenen dan ook ontelbare foto's van de storm, de schade, de festivalgangers, de organisator, etc. Naarmate de tijd vordert, worden er minder en kleinere foto's gebruikt, met uitzondering van een forse stijging in periode 6 (**147 cm²**). Het lijkt erop dat toen alle middelen werden ingezet om de aandacht van de lezers terug op Pukkelpop te vestigen. Vooral de organisator wordt afgebeeld, naast festivalgangers en oude foto's van de schade vlak na de storm. Ondanks de hernieuwde aandacht in januari (periode 7) en de plaatsing vooraan in de krant, behandelen de kranten het onderwerp ditmaal op een meer bescheiden manier, met kleinere artikels, kleinere titels en kleinere foto's (gemiddeld **48 cm²**).

Mythes, inaccuraatheden, overdrijvingen

De verdeling van de rampenmythes, inaccuraatheden en overdrijvingen over de verschillende periodes werd reeds in voorgaande vragen besproken. De drie variabelen komen enkel in de eerste periodes voor, wat de bevindingen van andere studies over rampenberichtgeving bevestigt.

Kritiek

Periode	1	2	3	4	5	6	7
Kritiek	21,2%	2,2%	0	46,2%	47,1%	85,7%	83,3%

Tabel 17: gemiddelde kritiek per periode

De evolutie van het aantal artikels met kritiek werd in vraag E al behandeld en voldeed aan de verwachtingen. Tijdens de eerste periodes zijn de media nog mild en

focussen ze zich op het eigenlijke nieuws, maar later durven ze steeds kritischer uit de hoek komen. De artikels zonder kritiek zijn tijdens periode 6 en 7 zwaar in de minderheid.

Volgende tabel toont de meest omstreden thema's per periode:

Periode	Kritiek op...
1	Communicatie: 12x Telecommunicatie: 8x Waarschuwing: 6x
2	/
3	/
4	Waarschuwing: 3x Telecommunicatie: 3x
5	Financiën: 7x
6	Financiën: 11x Communicatie: 6x
7	Financiën: 9x

Tabel 18: kritiek per periode

Tijdens periode 1 en 4 vormden vooral de (tele)communicatie en het ontbreken van een waarschuwing het onderwerp van kritiek. Vanaf periode 5 tot en met periode 7 worden de artikels gedomineerd door het thema van de terugbetaling en de verzekering. Dit onderwerp verschijnt vrijwel altijd in een negatief daglicht, de organisatie krijgt tijdens deze fase heel wat kritiek over zich heen.

De bronnen waarvan de kritiek afkomstig is, zijn min of meer gelijkmatig verdeeld over de verschillende periodes. In enkele gevallen hangt de bron nauw samen met het thema waarop kritiek wordt gegeven en wordt deze bron bijgevolg het meest geconsulteerd tijdens de periodes waarin op het betreffende thema het meest kritiek werd gegeven. De kritiek op het ontbreken van een waarschuwing voor de storm is meestal afkomstig van klimatologen, vandaar dat deze bron vaak wordt geraadpleegd

tijdens periode 4. In periode 5, 6 en 7 was de kritiek voornamelijk afkomstig van juristen, omdat zij de meest gekozen bron waren wanneer het financiële aspect onder de loep werd genomen.

Quote titel

Periode	1	2	3	4	5	6	7
Quote titel	39,4%	23,6%	20%	15,4%	47,1%	50%	33,3%

Tabel 19: gemiddeld aantal quotes in de titel per periode

Het gebruik van quotes in de titel is – naast grote titels, grote artikels, grote foto's, vertoon van emoties op de foto's en overdrijvingen – ook een kenmerk van tabloidisering. In periode 6 bevatte de helft van de titels een quote, in periode 5 was dit **47,1%** en in periode 1 **39,4%**. De periodes die het meest andere tabloidkenmerken vertonen, hebben dus eveneens het hoogste percentage titels met quotes.

Emotie foto's

Periode	1	2	3	4	5	6	7
Emotie Foto's	16,3%	20,2%	20%	7,7%	17,6%	21,4%	16,7%

Tabel 20: emotie foto's per periode

Het vertoon van emoties op de foto's behoudt een redelijk constant percentage over de verschillende periodes. Dit is één van de weinige variabelen waarvan het gemiddelde tijdens periode 2 en 3 gevoelig hoger ligt. Dit komt doordat er toen veel begrafenissen en herdenkingen plaatsvonden, emotionele gebeurtenissen waar de kranten de volgende dag verslag van uitbrachten.

Onderwerp, bronnen, afgebeelde

Een overzicht van de meest voorkomende onderwerpen en de meest gebruikte bronnen per periode werd in vraag A reeds gegeven. Daar werd duidelijk dat de aandacht gaandeweg is verschoven van *human interest*-thema's (slachtoffers, herdenkingen en solidariteit) naar onderwerpen als financiën, (tele)communicatie en verantwoordelijkheid. Als logisch gevolg hiervan werden ook andere bronnen geconsulteerd. Aanvankelijk werden vooral festivalgangers, familie of vrienden van

betrokkenen en artiesten als bron geraadpleegd. In periode 3 en 4 kwamen politici het meest aan het woord en tijdens de laatste periodes werd vooral een beroep gedaan op de organisatie en juristen.

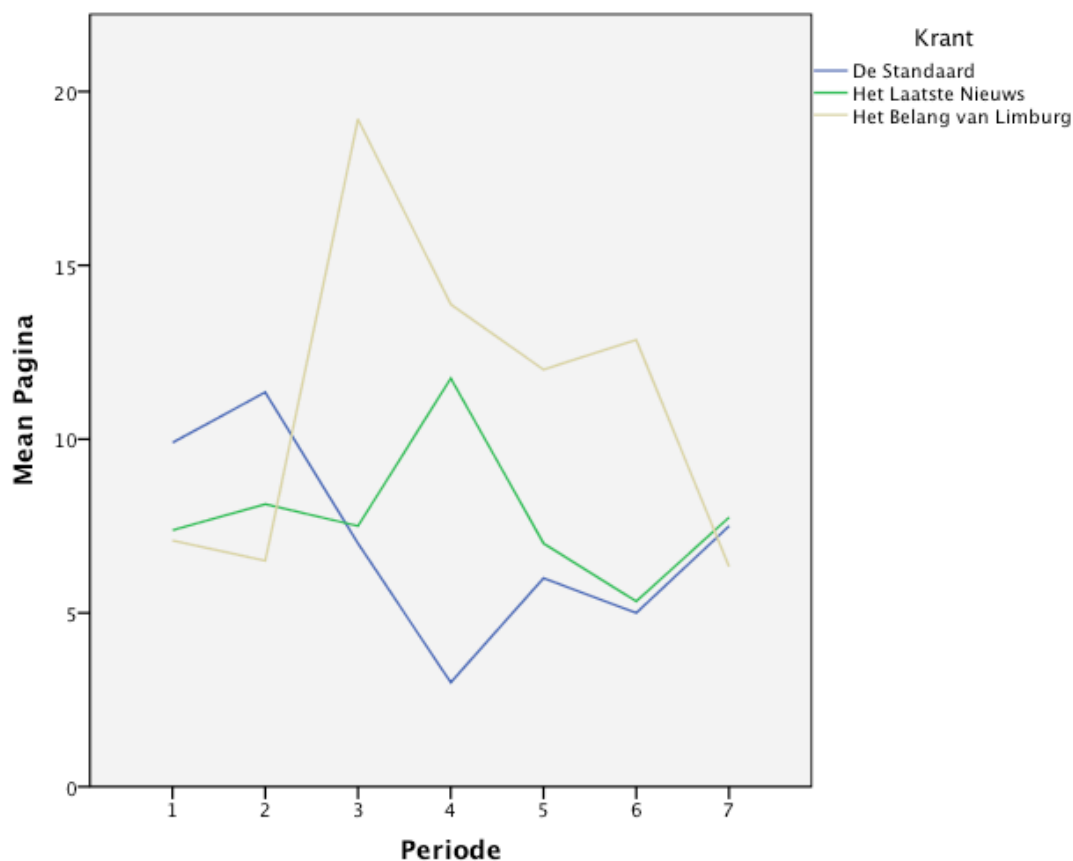
Ook de inhoud van de afbeeldingen hangt samen met de hierboven geschetste evolutie. Tijdens de eerste helft van de berichtgeving werden behalve foto's van festivalgangers ook vaak foto's van de dodelijke slachtoffers gepubliceerd. Daarnaast werden ook herdenkingen en familie of vrienden van betrokkenen veel afgebeeld. Dit soort onderwerpen werd tijdens latere periodes niet meer op de foto's getoond. Periodes 5, 6 en 7 hadden – naast foto's van festivalgangers, die in elke periode terug te vinden zijn – voornamelijk afbeeldingen van de organisator of de ravage na de storm.

In wat volgt zullen alle voorgaande variabelen per krant met elkaar vergeleken worden.

Pagina/Krant

Het gemiddelde paginanummer van de drie kranten verschilt niet voldoende om significant te zijn. De artikels van Het Laatste Nieuws stonden gemiddeld iets meer vooraan (**pag.7,64**) in vergelijking met Het Belang van Limburg (**8,51**) en De Standaard (**9,93**). De kruistabel 'Krant – Plaatsing' gaf dan weer wel een betekenisvol resultaat ($X^2= 27,21$; $df= 10$; $p < .05$). De drie kranten zaten zeer dicht bij het gemiddelde van **91,1%** van het aantal artikels in de rubriek Binnenland. Wat de andere rubrieken betreft, verschilt De Standaard op drie punten van de andere kranten. Het is enerzijds de enige krant die opiniestukken publiceerde (vijf in het totaal), en anderzijds de enige krant die geen artikels op de voorpagina of in de achterkrant plaatste. Hieruit mogen we echter niet concluderen dat De Standaard nooit artikels over Pukkelpop op de voorpagina heeft geplaatst. Dit is zeker wel het geval, maar deze artikels kwamen tijdens de selectieprocedure niet in de onderzoekspopulatie terecht. Bovendien heb ik kunnen vaststellen dat de online databank van Mediargus niet altijd betrouwbaar is aangezien na controle bleek dat 102 artikels – waarvan enkele op de voorpagina – die in de onderzochte periode gepubliceerd werden, niet op Mediargus te vinden waren.

De vergelijking van het gemiddelde paginanummer per periode krijgt vorm in de volgende grafieken:



Figuur 23: grafiek pagina per periode

We zien duidelijk dat de grafiek van Het Belang van Limburg tussen periode 3 en 6 een pak hoger ligt dan die van de andere kranten. Dit komt doordat de krant in elk van de betreffende periodes telkens één artikel achteraan plaatste, in de achterkrant of bij het regionale nieuws. Dit hoge paginanummer zorgt er iedere keer voor dat het gemiddelde een heel eind omhoog wordt getrokken. Tijdens periode 1, 2 en 7 plaatste Het Belang van Limburg geen artikels in de achterste rubrieken en ligt het gemiddelde telkens lager dan bij de andere kranten.

Het lage gemiddelde van De Standaard tijdens de latere periodes is een gevolg van het kleine aantal artikels dat de krant toen publiceerde. In periode 3, 4 en 6 werd telkens slechts één artikel van De Standaard onderzocht, deze bevonden zich respectievelijk op pagina 7, 3 en 5. Het gemiddelde van de andere kranten ligt hoger omdat ze meerdere artikels publiceerden, waarvan sommigen meer achteraan in de krant.

Grootte/Krant

De gemiddelde grootte van een artikel per krant en de evolutie over de verschillende periodes heen werd reeds in vraag C (onderdeel C5) behandeld.

Lengte/Krant

De gemiddelde lengte van een artikel per krant en de evolutie over de verschillende periodes heen werd eveneens in vraag C (onderdeel C6) besproken.

Grootte titel/Krant

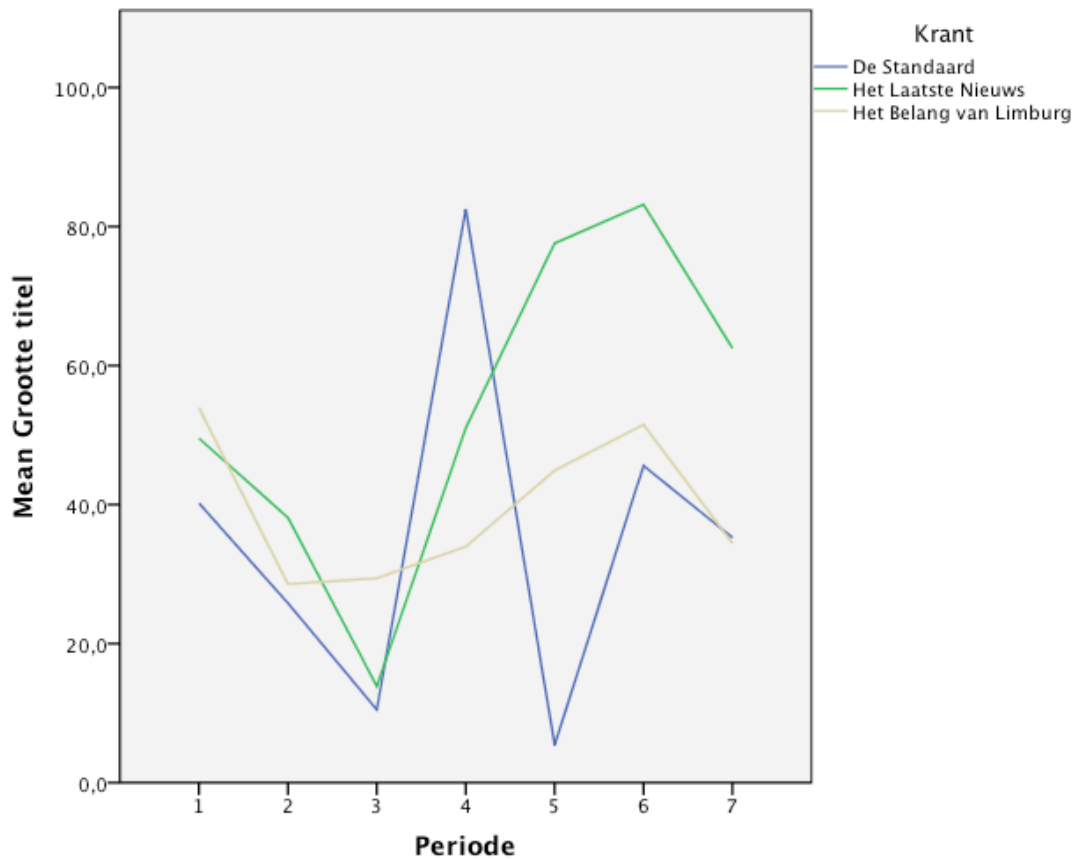
Ook de gemiddelde grootte van de titel per krant werd in vraag C (onderdeel C1) bestudeerd, dit leverde toen de volgende volgorde op:

- De Standaard: **34,1 cm²**
- Het Belang van Limburg: **39,8 cm²**
- Het Laatste Nieuws: **49,8 cm²**

Dit verschil was niet betekenisvol, maar de verhouding tussen de grootte van de titel en de grootte van het totale artikel was dat wel:

- De Standaard: **9,3%**
- Het Belang van Limburg: **13,6%**
- Het Laatste Nieuws: **15,9%**

We konden dus besluiten dat De Standaard minder grote titels gebruikt dan de andere twee dagbladen. De evolutie van deze variabele over de onderzochte tijdspanne kan in de volgende grafiek worden afgelezen:



Figuur 24: grafiek grootte titel per periode

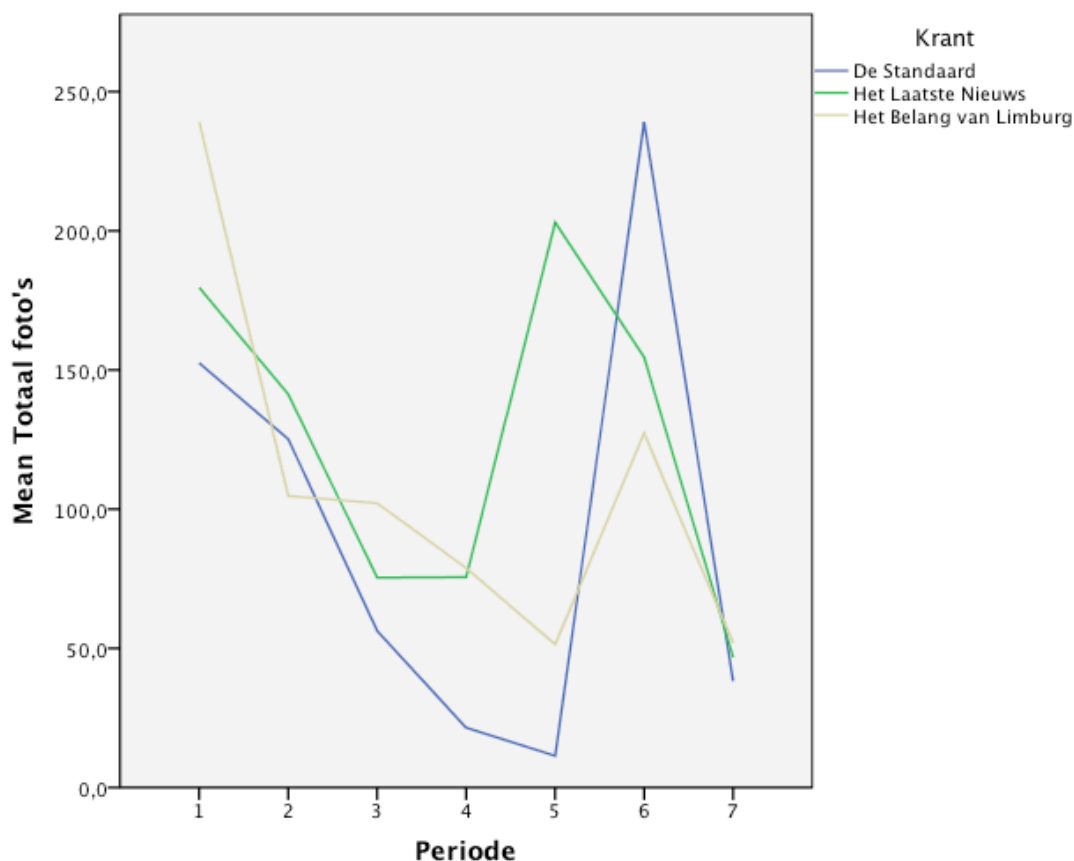
Op één uitschieter in periode 4 na, ligt het gemiddelde van De Standaard steeds lager. Tijdens periode 4 werden dertien artikels geanalyseerd, slechts eentje kwam uit De Standaard. Dit was een vrij groot artikel waarvan de titel $82,5 \text{ cm}^2$ meette, vandaar de plotse stijging in de grafiek ('Pukkelpop wist te weinig over weer', 30/9/2011, p.3; cf. bijlage 2b).

Tijdens de eerste periodes liggen de gemiddeldes van de drie kranten nog dicht bij elkaar. Vanaf periode 3 gaat de oppervlakte van de titels bij Het Laatste Nieuws de hoogte in, om enkel in periode 7 terug wat te dalen. Het Belang van Limburg behoudt een redelijk constant gemiddelde dat lichtjes stijgt tot periode 6 en vervolgens – net als bij de andere kranten – terug omlaag gaat tijdens de laatste periode. Zoals we hierboven reeds vaststelden, kenden ook de grootte en de lengte van de artikels en de oppervlakte van de foto's een daling in de laatste periode (januari). Het besluit dat we op basis van deze vaststellingen formuleerden – “Ondanks de hernieuwde aandacht in januari (periode 7) en de plaatsing vooraan in de krant, behandelen de kranten het

onderwerp ditmaal op een meer bescheiden manier, met kleinere artikels, kleinere titels en kleinere foto's" – wordt hier dus nogmaals bevestigd.

Groote foto's/Krant

De gemiddelde oppervlakte van de foto's per krant werd reeds in vraag C (onderdeel C3) vergeleken. De evolutie van de totale oppervlakte van de foto's ziet er als volgt uit:



Figuur 25: grafiek grootte foto's per periode

De drie kranten starten met een hoog gemiddelde tijdens de eerste periode, om vervolgens een dalende tendens in te zetten. Dit is een logische evolutie aangezien de kranten aanvankelijk zo veel mogelijk aandacht wilden trekken met behulp van grote foto's, maar gaandeweg minder en kleinere afbeeldingen gaan gebruiken. Tijdens periode 6 ligt het gemiddelde bij de drie kranten opnieuw hoger, net als de gemiddelde grootte en de oppervlakte van de titels. Zoals reeds werd aangehaald is dit de periode waarin de organisatie het meest kritiek te verduren kreeg en waarin de kranten allerlei middelen aanwendden om Pukkelpop opnieuw in de kijker te zetten.

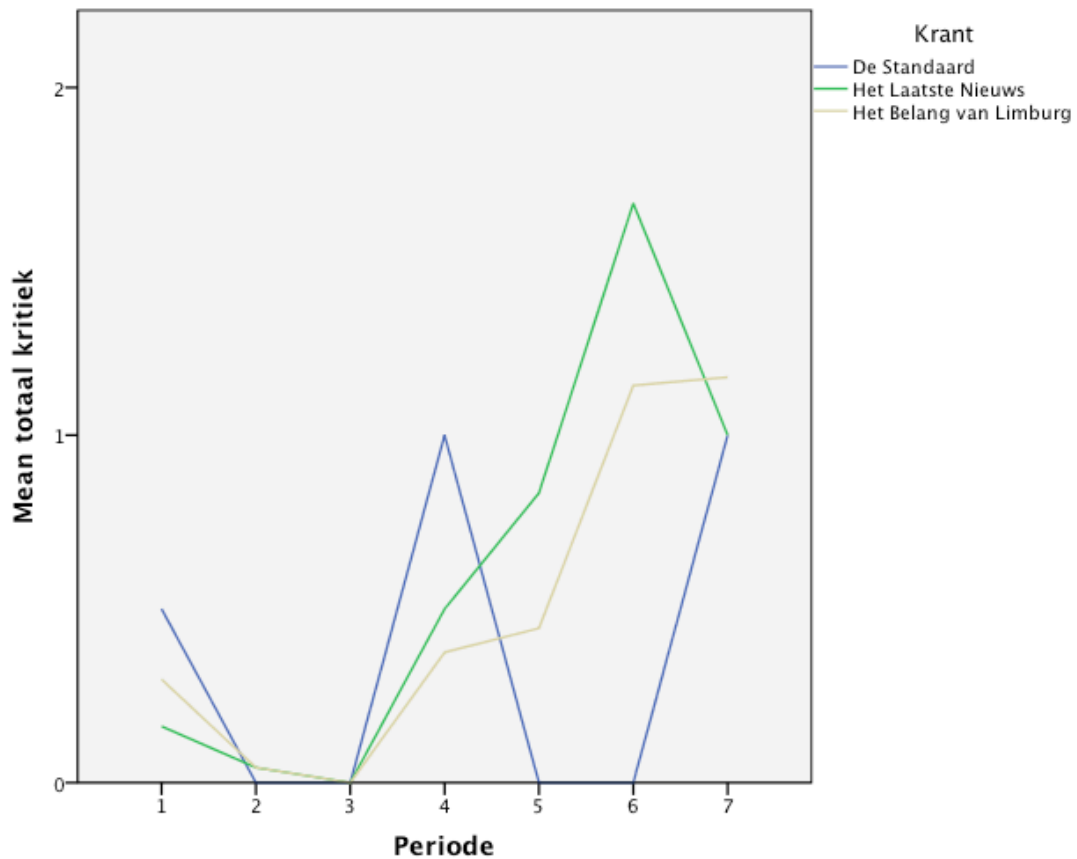
De geselecteerde artikels uit periode 6 bevatten maar één artikel uit De Standaard. Dit behandelt de kwestie die toen speelde – de compensatie in drank- en eetbonnen – op een uitvoerige manier, terwijl de andere kranten er meerdere artikels aan besteden die op verschillende tijdstippen de nieuwste ontwikkelingen rapporteren. Het betreffende artikel is vrij groot en bevat een grote foto van de ravage na de storm, naast een kleinere foto van de organisator. Dat verklaart de uitschieter in de grafiek van De Standaard tijdens periode 6 ('Er zit geen enkele morele druk op', 5/11/2011, p.5; cf. bijlage 2c).

De grafiek van Het Laatste Nieuws toont reeds in periode 5 een piek in de gemiddelde oppervlakte van de foto's. Van de zes geanalyseerde artikels uit Het Laatste Nieuws in deze periode, waren er drie die telkens twee (of meer) grote foto's gebruikten. Dit waren vooral afbeeldingen van festivalgangers of portretten van de organisator (cf. bijlage 2d t.e.m. 2f). De andere kranten gebruikten daarentegen kleine foto's of zelfs helemaal geen afbeeldingen tijdens deze periode.

Tijdens periode 7 daalt de gemiddelde grootte van de foto's fors bij de drie kranten, wat andermaal het hierboven aangehaalde besluit over de meer bescheiden aanpak beaamt.

Kritiek/Krant

De evolutie van het totaal aantal punten van kritiek per krant kan in de volgende grafiek worden afgelezen:



Figuur 26: grafiek kritiek per periode

De grafieken van Het Laatste Nieuws en Het Belang van Limburg leggen ongeveer dezelfde weg af als de grafiek van de totale kritiek (cf. figuur 22), die in vraag E werd bestudeerd. De Standaard heeft na periode 1 maar twee periodes waar het gemiddelde niet gelijk is aan nul: periode 4 en 7. Tijdens periode 4 publiceerde de krant slechts één artikel waarin kritiek werd gegeven op het ontbreken van een waarschuwing voor de storm ('Pukkelpop wist te weinig over weer', 30/9/2011, p.3, cf. bijlage 2b). In periode 7 verschenen er twee artikels, die beide kritiek gaven op het financiële thema. Wat het totaal aantal punten van kritiek betreft, volgt De Standaard dus niet dezelfde stijgende tendens als de andere dagbladen. Dit bevestigt de conclusie die we eerder formuleerden, dat De Standaard zich niet laat meevoeren in de mediagolf van kritiek die Pukkelpop tijdens de latere periodes over zich heen kreeg.

De meest omstreden thema's per periode komen bij de drie kranten grotendeels overeen met de volgorde afgebeeld in tabel 18. Enkel bij De Standaard zien we op sommige plaatsen een andere verdeling dan bij Het Laatste Nieuws en Het Belang van Limburg. De kwaliteitskrant geeft als enige kritiek op de veiligheid in periode 1, dit in

vier verschillende artikels (cf. supra). Het meest opvallende verschil is dat De Standaard tijdens periode 5, 6 en 7 nergens kritiek op heeft (uitgezonderd twee artikels tijdens periode 7 die kritiek geven op het financiële thema), terwijl dit bij de andere kranten juist de meest kritische momenten zijn. De Standaard heeft vooral vlak na de ramp veel over Pukkelpop geschreven en stelde toen ook meteen een aantal kritische vragen (gemiddeld zelfs meer dan de andere kranten, cf. figuur 26). Daarna heeft de krant het aantal artikels beperkt gehouden, in tegenstelling tot de andere dagbladen die telkens het onderwerp opnieuw uitvoerig behandelden. De Standaard hield het eerder bij feitelijke berichtgeving en liet zich niet meeslepen in de stroom aan negatieve reacties.

Quote titel/Krant

Het gebruik van quotes in de titel komt bij de drie kranten ongeveer overeen met de percentages in tabel 11. De enige periode waarin de verdeling niet in evenwicht is, is periode 2. De Standaard gebruikte toen in amper **5%** van de titels een quote, in Het Laatste Nieuws was dit **17,4%** en in Het Belang van Limburg maar liefst **34,8%**. Dit is dan ook de enige periode waarvoor het verschil tussen de kranten significant is ($X^2= 7,52$; $df= 2$; $p < .05$). Wat deze factor betreft, vertoont Het Belang van Limburg dus het meest tabloidkenmerken. Zoals we echter in vraag C (onderdeel C2) zagen, is het totale verschil tussen de kranten niet voldoende om betekenisvol te zijn.

Emotie foto's/Krant

In vraag C (onderdeel C4) zagen we in de kruistabel 'Krant – Emotie foto's' ($X^2= 10,75$; $df= 4$; $p < .05$) een betekenisvol verschil tussen de kranten. Het percentage van het aantal foto's met emotievertoon lag een pak hoger bij Het Laatste Nieuws (**45,9%**) dan bij Het Belang van Limburg (**29,2%**) en De Standaard (**25%**). In tegenstelling tot andere variabelen behield deze een vrij constant percentage over de verschillende periodes. Het gemiddelde kende zelfs een lichte stijging tijdens periode 2 en 3 (cf. tabel 11), wat werd toegeschreven aan het plaatsvinden van begrafenissen en herdenkingen op die momenten. De verdeling volgens periode ziet er bij de drie kranten echter verschillend uit, met uitzondering van periode 1 en 2, waar de percentages vrij dicht bij elkaar liggen. Vanaf periode 3 verschijnen er in De Standaard geen foto's meer waarop emoties worden afgebeeld. Tijdens periode 4 en 5 publiceert ook Het Belang van Limburg geen emotioneel beladen foto's. Enkel Het

Laatste Nieuws blijft in elke periode een positief percentage behouden. We zien dus opnieuw een beduidend onderscheid tussen de kwaliteitskrant enerzijds en de populaire en regionale krant anderzijds.

Onderwerp, bronnen, afgebeelde/Krant

De meest gebruikte onderwerpen en bronnen per krant per periode werden reeds in vraag A (onderdeel A2) vergeleken.

Wat betreft de inhoud van de afbeeldingen per periode, bestaat er weinig verschil tussen de drie dagbladen. De eerste helft van de onderzochte periode wordt ook op de foto's het *human interest*-perspectief behouden en zien we vooral afbeeldingen van festivalgangers, artiesten, herdenkingen en dodelijke slachtoffers. Het enige onderscheid is dat De Standaard geen familie of vrienden van betrokkenen afbeeldt, terwijl dit tijdens de eerste periodes bij de andere twee kranten wel het geval is. In de latere periodes zien we bij alle dagbladen voornamelijk foto's van festivalgangers, de organisator en de vernieling na de storm.

h. Rekening houdend met alle voorgaande factoren, draagt de berichtgeving bij tot een positieve of negatieve beeldvorming over Pukkelpop?

H10: De berichtgeving draagt in de drie gevallen eerder bij tot een negatieve beeldvorming over Pukkelpop, met voorop Het Laatste Nieuws.

Als laatste in het codeboek werd de variabele 'Toon' opgenomen. Deze kon zeven waardes aannemen, gaande van 'Zeer positief' tot 'Zeer negatief'. De toon van het artikel werd bepaald door verschillende factoren, onder andere de inhoud, de bronnen (en hun standpunten) die aan bod kwamen, het aantal punten van kritiek, de houding ten opzichte van schuld en verantwoordelijkheid, het woordgebruik, etc.

De totale waardes kunnen worden afgelezen in volgende tabel:

Toon	Aantal	Percentage
Zeer positief	0	0%
Positief	2	0,8%

Eerder positief	27	10,4%
Neutraal	187	72,2%
Eerder negatief	31	12%
Negatief	11	4,2%
Zeer negatief	1	0,4%
Totaal	259	100%

Figuur 21: toon totaal

Het grootste deel van de artikels (**72,2%**) blijft neutraal. De balans helt eerder naar de negatieve zijde (**16,6%**), maar het verschil met het aantal artikels aan de positieve zijde (**11,2%**) is gering. De kruistabel ‘Krant – toon’ leert ons dat er geen significant verschil bestaat tussen de drie kranten ($X^2 = 14,73$; $df = 10$; $p > .05$). De resultaten vertonen wel een aantal interessante verschillen:

Toon	DS	HLN	HBVL
Zeer positief	0	0	0
Positief	2 3,5%	0	0
Eerder positief	7 12,3%	5 6%	15 12,7%
Neutraal	38 66,7%	63 75%	86 72,9%
Eerder negatief	9 15,8%	10 11,9%	12 10,2%
Negatief	1 1,7%	6 7,1%	4 3,4%
Zeer negatief	0	0	1

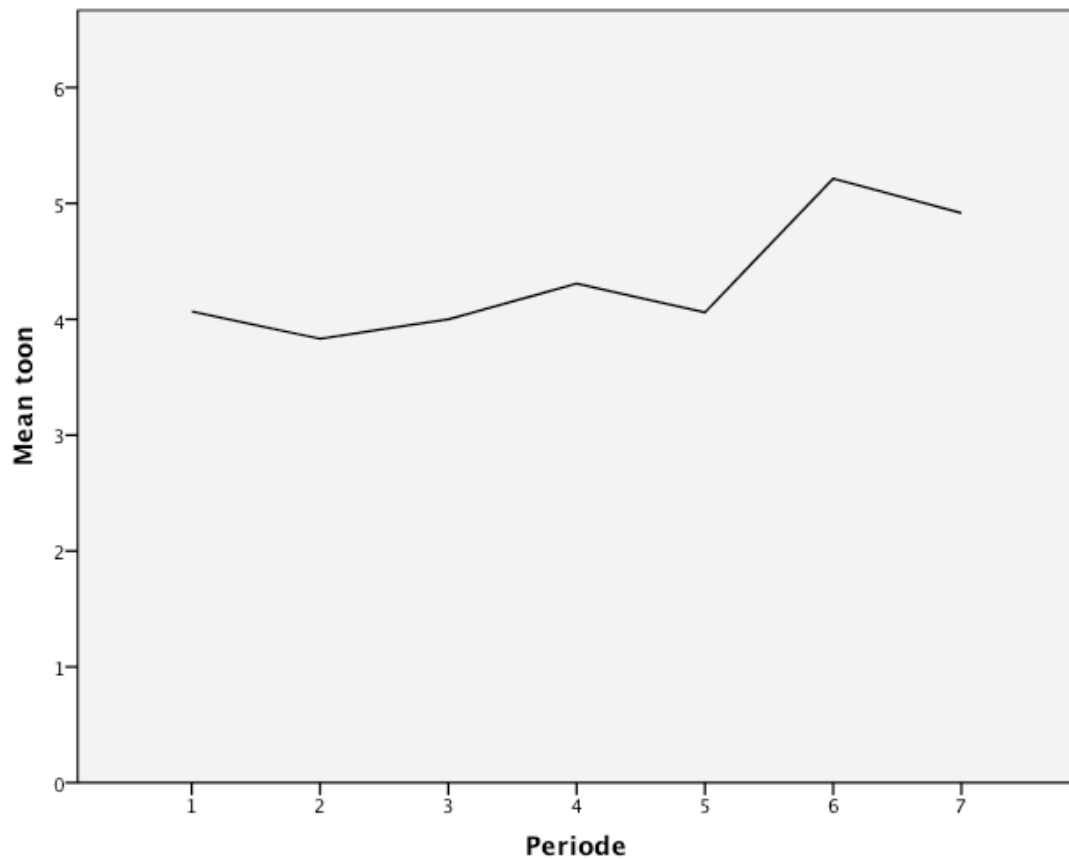
			0,8%
--	--	--	------

Figuur 22: toon per krant

De cijfers van De Standaard en Het Belang van Limburg zijn vrij gebalanceerd en zijn qua verhouding identiek. In beide gevallen is het percentage van artikels aan de negatieve zijde lichtjes hoger (**1,7%**) dan dat van de positieve zijde. Het enige verschil is dat De Standaard minder neutrale artikels publiceerde en daardoor (percentueel) meer positieve en negatieve artikels telt. De kwaliteitskrant heeft in beide gevallen **3,1%** meer dan de regionale krant.

Wanneer we de drie kranten vergelijken, is het opvallend dat De Standaard als enige artikels in de categorie ‘Positief’ heeft, terwijl de andere dagbladen enkel artikels onder ‘Eerder positief’ hebben. Aan de negatieve zijde vinden we het tegenovergestelde onderscheid: van alle negatieve artikels in De Standaard is er slechts eentje ‘Negatief’, de rest valt onder het meer voorzichtige ‘Eerder negatief’. Bij de andere kranten vinden we artikels in beide categorieën, Het Belang van Limburg heeft zelfs een artikel dat ‘Zeer negatief’ is. De kwaliteitskrant is eerder voorzichtig wanneer het zich negatief uitlaat over Pukkelpop en heeft het hoogste percentage positieve artikels. De andere kranten gaan verder in hun negativiteit en zijn eerder gematigd wat de positieve artikels betreft. Vooral bij Het Laatste Nieuws is dit verschil het grootst, het aantal artikels aan de positieve zijde bedraagt minder dan een derde van het aantal negatieve artikels. De populaire krant heeft het hoogste aantal neutrale artikels, maar ook het hoogste negatieve percentage en het laagste positieve.

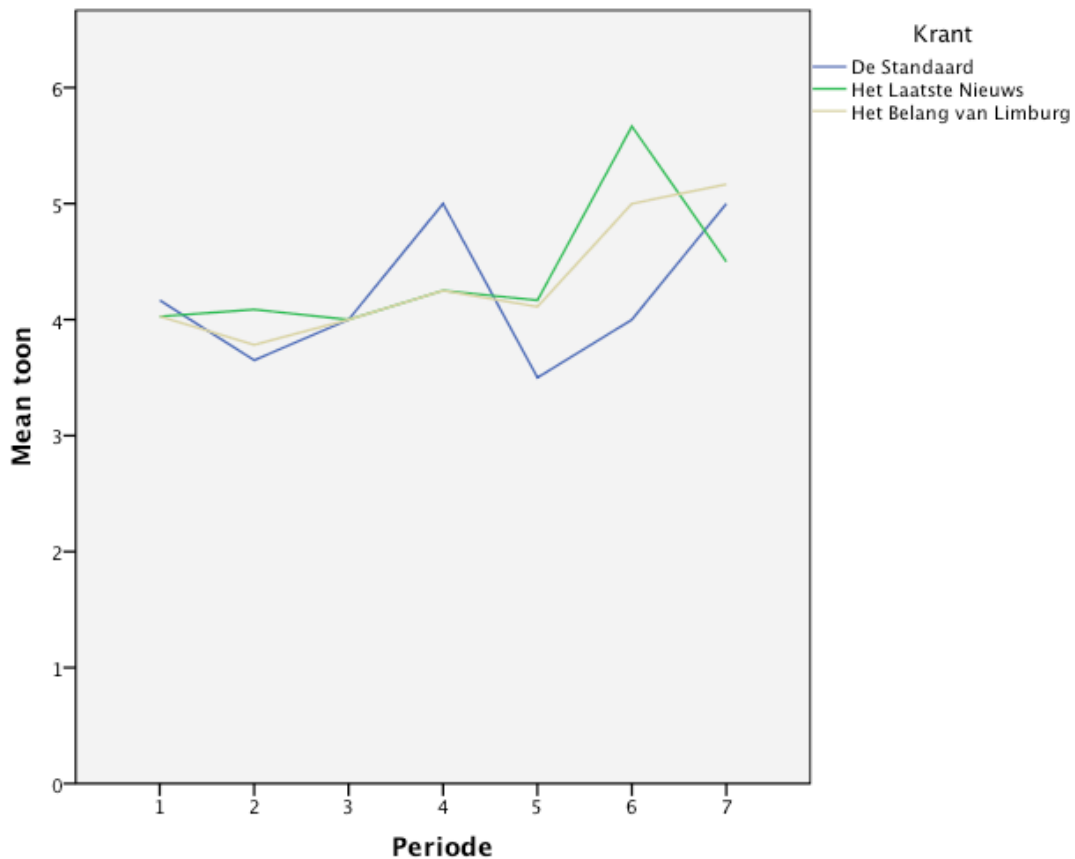
De evolutie van de gemiddelde toon over de verschillende periodes wordt in de volgende grafiek afgebeeld:



Figuur 27: grafiek toon - periode

Van periode 1 tot en met 5 schommelt de grafiek rond een gemiddelde van vier, wat staat voor een neutrale toon. Tijdens periode 2 is er een lichte dalende tendens richting de positieve zijde, terwijl periode 4 eerder lichtjes negatief is. Na periode 5 is de toon gemiddeld negatief, met – zoals te verwachten – een hoogtepunt in periode 6.

De evolutie per krant kunnen we van de volgende grafieken aflezen:



Figuur 28: grafiek krant – toon – periode

De grafiek van De Standaard vertoont een onverwachte piek in periode 4 (omdat er toen slechts één artikel in de krant verscheen dat ‘Matig negatief’ was) maar ligt tijdens periode 5 en 6 een stuk lager (dus meer in de positieve richting) dan de gemiddeldes van de andere dagbladen. Deze komen tot en met periode 5 grotendeels overeen – uitgezonderd een lichte stijging bij Het Laatste Nieuws tijdens periode 2. In de zesde periode neemt de grafiek van Het Laatste Nieuws een hoge vlucht, om vervolgens tijdens de laatste periode tot onder de gemiddeldes van de andere kranten te zakken. In tegenstelling tot Het Laatste Nieuws, blijven de grafieken van De Standaard en Het Belang van Limburg ook na periode 6 verder stijgen. Met uitzondering van de uitschieter tijdens periode 4, komt de evolutie van de toon ongeveer overeen met die van de kritiek. Aanvankelijk blijven de kranten redelijk neutraal in hun berichtgeving, tijdens de latere periodes slaat de balans over naar de negatieve zijde.

Hypothese 10 – “De berichtgeving draagt in de drie gevallen eerder bij tot een negatieve beeldvorming over Pukkelpop, met voorop Het Laatste Nieuws” – wordt gedeeltelijk bevestigd. De overgrote meerderheid van de artikels was bij de drie

dagbladen neutraal, maar er was telkens een hoger percentage artikels met een negatieve toon dan met een positieve. Dit verschil was bij De Standaard en Het Belang van Limburg erg klein (1,7%), terwijl Het Laatste Nieuws meer dan drie maal zoveel negatieve als positieve artikels telde.

7. Conclusie

In deze meesterproef werden 259 artikels over de storm op Pukkelpop aan een kwantitatieve inhoudsanalyse onderworpen. De artikels werden geselecteerd uit De Standaard, Het Laatste Nieuws en Het Belang van Limburg en vervolgens met behulp van een codeboek grondig bestudeerd. Dit codeboek bestond uit 68 variabelen en kwam tot stand op basis van de bevindingen uit andere studies over rampenberichtgeving. De gecodeerde gegevens werden ingegeven in het statistische computerprogramma SPSS, waarmee de nodige bewerkingen werden uitgevoerd. Aan de hand van deze resultaten kon geoordeeld worden over allerlei aspecten van de berichtgeving en konden de drie onderzochte dagbladen met elkaar vergeleken worden.

Het merendeel van de rampenstudies die in het kader van deze meesterproef werden geraadpleegd, ging over buitenlandse rampen zoals de orkaan Katrina of de aardbeving in Haïti. In zulke gevallen maken de media een selectie op basis van universele nieuwswaarden, omdat nooit alle rampen aan bod kunnen komen. Op dit vlak verschilt de storm op Pukkelpop dus van andere onderzoeksobjecten. De gebeurtenis bevatte niet enkel alle ingrediënten om er een ‘ideaal’ nieuwsverhaal van te maken, maar vond bovendien plaats in eigen land. Het was dus niet meer dan logisch dat Belgische media er veel over zouden berichten en er veel aandacht aan zouden besteden. Deze meesterproef focuste zich dan ook voornamelijk op *de manier waarop* er over de ramp werd bericht, en niet zozeer op het feit *dat* erover bericht werd. Om een overzicht te kunnen geven van alle resultaten, worden hieronder kort de belangrijkste bevindingen uit elke vraag besproken.

Mediahype

Ten eerste beantwoordde de berichtgeving over de Pukkelpop-storm aan de principes van een mediahype zoals omschreven door Peter Vasterman. Op de grafieken van figuur 4 tot en met 7 konden duidelijk de typische nieuwsgolven worden onderscheiden, die uiteraard hun hoogste piek bereikten vlak na de ramp. Bij elke nieuwe onthulling of beslissing was er telkens een heropleving van de aandacht bij de drie kranten, dit verklaart waarom de pieken en dalen in de verschillende grafieken overeenstemmen. Zoals verwacht publiceerden Het Belang van Limburg en Het

Laatste Nieuws meer artikels dan De Standaard, vooral tijdens de latere periodes is het aantal artikels van de kwaliteitskrant beduidend kleiner. Terwijl de andere dagbladen elke gelegenheid gebruikten om het Pukkelpop-verhaal opnieuw uitgebreid in de kijker te zetten, beperkte De Standaard zich tot een minimum aan artikels waarin louter de nieuwigheden aan bod kwamen. Ook wat de overeenstemming van gebruikte frames betreft, beantwoordde de kwaliteitskrant het minst aan de principes van een mediahype. Bij Het Belang van Limburg en Het Laatste Nieuws was er een duidelijke evolutie van een human interest-frame naar een verantwoordelijkheidsframe, die zowel bij de onderwerpen als bij de gebruikte bronnen en afbeeldingen werd teruggevonden. Aanvankelijk lag de focus op thema's als 'Slachtoffers', 'Herdenking' en 'Solidariteit', gaandeweg werd meer aandacht geschonken aan onderwerpen als 'Financiën', '(Tele)communicatie' en 'Verantwoordelijkheid'. Logischerwijze werden hierdoor ook andere bronnen geraadpleegd. Eerst werd vooral een beroep gedaan op festivalgangers, familie of vrienden van betrokkenen en artiesten, later kwamen de organisatie en juristen het meest aan bod. Ook datgene wat werd afgebeeld op de foto's kende een gelijkaardige evolutie. In het begin werden voornamelijk afbeeldingen van festivalgangers gepubliceerd, naast foto's van de dodelijke slachtoffers, familie of vrienden van betrokkenen en herdenkingen. Tijdens de latere periodes werden behalve afbeeldingen van festivalgangers vooral foto's van de organisator of van de schade na de storm gebruikt. De Standaard is de enige krant die afwijkt van dit pad, ze maakte minder gebruik van het human interest-perspectief en schreef tijdens de laatste fase beduidend minder over het financiële thema. De kwaliteitskrant behandelde reeds in de beginperiodes uiteenlopende kwesties – over verantwoordelijkheid, financiën of veiligheid – in plaats van zich enkel te focussen op leed en emotie zoals de andere dagbladen. In tegenstelling tot Het Belang van Limburg en Het Laatste Nieuws gebruikte ze ook geen afbeeldingen van vrienden of familie van betrokkenen.

De fases die Vasterman onderscheidt binnen een mediahype konden in de verslaggeving over Pukkelpop duidelijk geïdentificeerd worden. Tijdens de eerste fase overheerst de 'commandopostjournalistiek': onmiddellijke, 'on the spot' verslaggeving waarin de zoektocht naar antwoorden prioritair is. Door de tijdsdruk en de hoge concurrentie kunnen er tijdens deze fase inaccuraatheden in de artikels sluipen. Alle waargenomen fouten en overdrijvingen werden inderdaad tijdens de

eerste twee dagen gepubliceerd. De tweede fase start wanneer er minder nieuws is en de kranten hun focus gaan verleggen naar de achtergrondverhalen. In het geval van Pukkelpop werd vooral gekozen voor een human interest-aanpak door onderwerpen als ‘Herdenking’, ‘Slachtoffers’ en ‘Solidariteit’ aan te kaarten. Daarnaast werden ook vragen omtrent schuld en verantwoordelijkheid gesteld. Tijdens de derde en laatste fase, de nasleep, dooft de interesse voor het onderwerp stilletjes uit. Maar elk nieuwtje zorgt voor een heropleving van de belangstelling en veroorzaakt weer een (kleinere) nieuwsgolf. Ook wat deze verschillende fases betreft, zijn het vooral Het Belang van Limburg en Het Laatste Nieuws die het meeste kenmerken van een mediahype vertonen. De Standaard publiceerde van periode 3 tot en met 6 telkens slechts één of twee artikels, we kunnen in dit geval dus niet echt meer spreken van ‘nieuwsgolven’.

Rampenmythes

Het gebruik van rampenmythes bleef beperkt in de berichtgeving over Pukkelpop en kwam enkel voor tijdens de eerste twee periodes. Dit bevestigt één van de conclusies van een Nederlands onderzoek (Belloni et al., 2007), namelijk dat het gebruik van *disaster myths* wordt versterkt door de stereotiepe beeldvorming rond ontwikkelingslanden. Daarom worden er minder rampenmythes gebruikt in de verslaggeving over een ramp in eigen land.

Tabloidisering

De drie kranten gebruikten in de berichtgeving over Pukkelpop verschillende elementen die wijzen op tabloidisering: grote titels, gebruik van quotes als titel, grote foto’s, vertoon van emoties op de foto’s en weinig woorden. De populaire kranten vertoonden opvallend meer tabloidkenmerken dan de kwaliteitskrant, De Standaard had nagenoeg altijd het laagste gemiddelde. Hoewel De Standaard de kleinste titels had en in verhouding met het totale artikel het minste plaats aan foto’s besteedde, had het dagblad gemiddeld de grootste artikels met het meeste woorden. Dit bevestigt eerdere bevindingen over de kwaliteitskrant, met name dat ze niet zozeer participeert aan de mediahype en de bijhorende tabloidisering. Het Laatste Nieuws gebruikte over het algemeen het meest tabloidelementen, gevolgd door de regionale krant Het Belang van Limburg.

Kritiek

Percentueel is er weinig verschil tussen de drie kranten wat het aantal artikels met kritiek betreft. Ondanks de nabijheid vertoonde Het Belang van Limburg niet meer empathie dan de andere kranten. Wat wel sterk verschilde, was de verdeling van de kritiek over de verschillende periodes en de meest omstreden thema's. De algemene cijfers tonen een gestage stijging van het aantal punten van kritiek over de verschillende periodes heen. Tijdens periodes 6 en 7 waren de artikels met kritiek in de grote meerderheid. Dit kwam doordat de organisatie toen veel kritiek te verduren kreeg omtrent de beslissingen over de terugbetaling. In figuur 26 konden we zien dat De Standaard niet dezelfde stijgende tendens volgde als de andere dagbladen. De kwaliteitskrant publiceerde tijdens periode 5, 6 en 7 in het totaal slechts twee artikels die kritiek gaven op het financiële thema. Ze hield het aantal artikels beperkt en liet zich niet meeslepen in de golf van negativiteit die de andere kranten op de organisatie afstuurden. Bovendien was de kritiek in De Standaard maar één keer afkomstig van een festivalganger en in geen geval van familie of vrienden van betrokkenen, terwijl dit bij de andere dagbladen vaak gebruikte bronnen van kritiek zijn. Dit wijst er nogmaals op dat de kwaliteitskrant minder inspeelt op de gevoelens van haar lezers.

Evolutie

De verwachting dat de artikels gaandeweg meer achteraan in de krant zouden verschijnen, werd niet ingelost. Ook tijdens de latere periodes blijven de kranten veel belang hechten aan het onderwerp en plaatsen ze artikels over Pukkelpop vooraan. De oppervlakte van de artikels, het aantal woorden en de grootte van de titel en van de foto's kennen een dalende tendens na periode 1, maar schieten terug de hoogte in tijdens periodes 5 en 6. Periode 5 valt in oktober 2011, toen werd bekendgemaakt dat de compensatie zou gebeuren in de vorm van drank- en eetbonnen. Periode 6 situeert zich in november, toen de organisatie massa's kritiek over zich heen kreeg omtrent de manier waarop de bonnen online werden aangeboden. In Het Belang van Limburg en Het Laatste Nieuws wordt deze kwestie uitgebreid besproken en worden alle mogelijke middelen gebruikt om de aandacht van de lezers terug op Pukkelpop te vestigen. Vandaar de grote foto's en titels, de stijging van het aantal woorden en van de oppervlakte van het totale artikel.

Toon

Het merendeel van de artikels over de Pukkelpop-storm werd gekenmerkt als ‘neutraal’. De verdeling van de artikels die niet als ‘neutraal’ bestempeld werden, hield bij de drie kranten eerder naar de negatieve zijde. Bij De Standaard en Het Belang van Limburg is het verschil gering, Het Laatste Nieuws daarentegen had meer dan drie keer zoveel negatieve als positieve artikels. Een ander opmerkelijk verschil is dat De Standaard eerder voorzichtig is aan de negatieve zijde en als enige duidelijk positief is geweest, terwijl de andere kranten gematigd blijven in hun positiviteit en verder durven gaan in hun negativiteit. Net zoals het aantal punten van kritiek, wordt ook het aantal negatieve artikels groter naarmate de tijd vordert.

Algemene conclusie

Over het algemeen kunnen we besluiten dat dit onderzoek aan veel van de verwachtingen voldeed, slechts drie van de vooropgestelde hypothesen (hypothese 3, 8 en 9) werden ontkracht.

H1: De berichtgeving over de ramp verloopt bij de drie kranten volgens de principes van een mediahype.

H2: De populaire kranten berichten meer over de ramp dan de kwaliteitskrant.

H3: *De populaire kranten verspreiden meer rampenmythes dan de kwaliteitskrant.*

H4: Over het algemeen neigen de drie kranten naar meer tabloidkenmerken bij de berichtgeving over Pukkelpop. De populaire kranten vertonen meer tabloidkenmerken dan de kwaliteitskrant.

H5: Het human interest-frame zal in de drie kranten overheersen en het meest gebruikt worden in de populaire kranten.

H6: De eerste dagen zullen het meest inaccurate gegevens verschijnen, na verloop van tijd zullen deze onnauwkeurigheden verdwijnen.

H7: Aanvankelijk zijn de media voorzichtig met kritiek en ligt de nadruk op empathie en emotie, naarmate de tijd verstrijkt zullen de drie kranten zeer kritische vragen stellen.

H8: *Het Belang van Limburg zal door de nabijheid meer empathie vertonen en minder kritisch uit de hoek komen.*

H9: *Het nieuws zal de voorpagina halen of vooraan in de krant staan. Naarmate de tijd vordert wordt het aantal artikels minder en verschijnt het meer achteraan in de krant.*

H10: De berichtgeving draagt in de drie gevallen eerder bij tot een negatieve beeldvorming over Pukkelpop, met voorop Het Laatste Nieuws.

Dit betekent dat het onderwerp op een vrij stereotiepe manier werd behandeld, aangezien de hypothesen werden opgesteld op basis van bevindingen uit andere onderzoeken, die overigens steeds negatieve eendoordelen velden over de werkwijze van de media. Uit het overzicht van de resultaten dat hierboven werd gepresenteerd, kan worden afgeleid dat ook hier de slotsom niet erg gunstig is voor de onderzochte media. Enkel de kwaliteitskrant De Standaard kwam in enkele vragen positief in beeld en toonde dat het ook anders kan.

De ramp op Pukkelpop was iets wat heel veel mensen aanging en het zou vreemd geweest zijn als de media er niet uitvoerig over bericht hadden. Het is bovendien hun taak om bepaalde vragen te stellen en om hun publiek op de hoogte te houden van nieuwe ontwikkelingen. Maar na het voeren van dit onderzoek kan ik niet anders dan vraagtekens plaatsen bij de manier waarop media met dit soort gebeurtenissen omgaan. Behoort het ook tot hun taak foto's van dodelijke slachtoffers te publiceren? Of van familie en vrienden van betrokkenen? Waar trek je de grens tussen privé en publiek? Het zijn vragen die in onze hedendaagse maatschappij, waar alles almaar sneller gaat en waar de concurrentie almaar groter wordt, steeds vaker opduiken. Sensatie, emotie en drama is een manier geworden om de aandacht van het publiek te trekken en media zijn vaak liever eerst dan juist. De evolutie richting tabloidkranten kwam bij Het Belang van Limburg en Het Laatste Nieuws duidelijk aan de oppervlakte. Er is meer en een ander soort van onderzoek nodig om na te gaan welk effect de berichtgeving heeft gehad op de publieke opinie over Pukkelpop. Maar uit de resultaten konden we opmaken dat de balans – zoals verwacht – eerder naar de negatieve zijde hield. De pers vervulde met andere woorden niet altijd zijn functie van neutrale boodschapper die mensen toelaat hun eigen mening te vormen op basis van de gepresenteerde feiten. Hopelijk zetten onderzoeken als deze aan tot nadenken, want hoewel het van groot belang is dat de media waakhond zijn in de maatschappij, wordt het steeds belangrijker dat de maatschappij ook waakhond is over de media.

7.1.1. Beperkingen aan eigen onderzoek

Doordat er enorm veel over Pukkelpop werd geschreven, was het noodzakelijk een selectie te maken van de te bestuderen media. In deze masterproef werd gekozen voor drie Vlaamse dagbladen: De Standaard, Het Laatste Nieuws en Het Belang van Limburg. Het zou interessant geweest zijn om alle Vlaamse dagbladen te vergelijken, of om de Vlaamse en de Waalse berichtgeving naast elkaar te leggen. Door het grote

aantal artikels was het echter niet mogelijk om dit binnen één masterproef te onderzoeken. De geselecteerde kranten publiceerden tussen 18 augustus en 18 februari samen 432 artikels, hieruit werden uiteindelijk 259 artikels gekozen ter analyse. Ook hier houdt de selectie een beperking in: niet elk gepubliceerd artikel over Pukkelpop werd in beschouwing genomen. Hetzelfde geldt ten slotte voor de afgebakende periode, die in deze masterproef loopt van augustus tot februari. Tijdens de zomer van 2012 schreven de kranten opnieuw veel over de ramp in aanloop naar de nieuwe Pukkelpop-editie. Het zou interessant geweest zijn om te bestuderen of ze een jaar later op een andere manier over het onderwerp berichten.

7.1.2. Suggesties voor vervolgonderzoek

Dit onderzoek vergeleek drie Vlaamse kranten over een periode van zes maanden. Zoals hierboven vermeld, zou het enerzijds interessant zijn om andere Belgische kranten te bestuderen en anderzijds om de onderzoeksperiode te verlengen tot een jaar na de ramp. Ook kan worden nagegaan hoe andere media over de storm bericht hebben, zoals televisiejournals, radio-nieuws of sociale media.

In deze masterproef werden de artikels geanalyseerd aan de hand van een kwantitatieve onderzoeksmethode. Daarmee bestudeert men vooral kenmerken die zich op expliciete wijze in een tekst voordoen. Veel zaken worden echter op impliciete wijze gecommuniceerd en moeten tussen de regels door gelezen worden. Op die manier kunnen journalisten hun mening laten doorschemeren en de lezers in een bepaalde denkrichting wijzen. Daarom zou het interessant zijn om dezelfde materie ook op kwalitatieve wijze te onderzoeken, eventueel aangevuld met interviews of enquêtes bij journalisten en hoofdredacteurs.

8. Referentielijst

- Bainbridge, J. & Galloway, C. (2010). Communicating Catastrophe: Blame, Black Saturday and Newspaper Constructions of Bushfire Risk. *Media International Australia*, 137, 100-108.
- Barnes, M.D., Hanson, C.L, Novilla, L.M.B., Meacham, A.T., McIntyre, E. & Erickson, B.C. (2008). Analysis of Media Agenda Setting During and After Hurricane Katrina: Implications for Emergency Preparedness, Disaster Response, and Disaster Policy. *American Journal of Public Health*, 98 (4), 604-610.
- Belloni, H., Douma, N., Hilhorst, D., Holla, J. & Kuiper, G. (2000). *Journalistig: Weergave van 'Natuurrampen' in Nederlandse Dagbladen*. Wageningen: Wageningen Disaster Studies.
- Burns, A. & Eltham, B. (2010). 'Catastrophic Failure' Theories and Disaster Journalism: Evaluating Media Explanations of the Black Saturday Bushfires. *Media International Australia*, 137, 90-99.
- Conboy, M. (2007). *The Language of the News*. London: Routledge.
- De Bens, E. (2007). *De Pers in België*. Tielt: Lannoo.
- Goltz, J.D. (1984). Are the news media responsible for the disaster myths? A content analysis of emergency response imagery. *International Journal of Mass Emergencies and Disasters*, 2 (3), 345-368.
- Guha-Sapir, D., Hargitt, D. & Hoyois, P. (2004). *Thirty Years of Natural Disasters 1974 – 2003: the Numbers*. Louvain-La-Neuve: Presses universitaires de Louvain.
- Hauttekeete, L. (2004). *De tabloidisering van kranten: mythe of feit? De ontwikkeling van een meetinstrument en onderzoek naar de tabloidisering van Vlaamse kranten*. Gent: Universiteit Gent.
- Human interest. (n.d.). In *Van Dale Groot woordenboek van de Nederlandse taal*. Geraadpleegd op 2 juli 2012, via <http://www.hubrussel.net>

- International Federation of Red Cross and Red Crescent Societies (2011). *World Disasters Report*. Geraadpleegd via www.ifrc.org
- Joye, S. (2009). The hierarchy of global suffering: A critical discourse analysis of television news reporting on foreign natural disasters. *The Journal of International Communication*, 15 (2), 45-61.
- Joye, S. (2010a). De media(de)constructie van rampen. Onderzoek naar de selectie en berichtgeving van rampen in Vlaamse nieuwsmedia. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 38 (2), 139-155.
- Joye, S. (2010b). News discourses on distant suffering: a Critical Discourse Analysis of the 2003 SARS outbreak. *Discourse & Society*, 21 (5), 586-601.
- Joye, S. (2010c). News media and the (de)construction of risk: How Flemish newspapers select and cover international disasters. *Catalan Journal of Communication & Cultural Studies*, 2 (2), 253-266.
- Joye, S. (2011a). *Rampen en media: een ramp?* Geraadpleegd via <http://www.dewereldmorgen.be/artikels/2011/08/06/rampen-en-media-een-ramp>
- Joye, S. (2011b). Media en rampen: tussen realiteit en constructie. *Orde van de Dag. Criminaliteit en Samenleving*, 13 (54), 85-94.
- Krippendorff, K. (1989). *Content Analysis. An Introduction to its Methodology*. Newbury Park, CA: Sage.
- Li, L.M. & Rajaratnam, U.D. (2006). "Waves of Destruction": A Portrayal of a Natural Disaster by the Mass Media. *Malaysian Journal of Communication*, 22, 97-115.
- Muller, D. & Gawenda, M. (2009). *Black Saturday: How the media covered Australia's worst peace-time disaster*. Geraadpleegd via http://caj.unimelb.edu.au/documents/how_the_media_covered_Executive_Summary.pdf
- Muller, D. & Gawenda, M. (2010). Ethical Free-For-All Over Media Access to the Fire Zone. *Media International Australia*, 137, 71-79.

- Neuendorf, K.A. (2002). *The Content Analysis Guidebook*. Thousand Oaks: Sage.
- Perry, R.W. (2007). What Is a Disaster? In H. Rodriguez, E. Quarantelli & R. Dynes (Eds.), *Handbook of Disaster Research* (pp. 1-15). New York: Springer.
- Ploughman, P. (1995). The American Print News Media 'Construction' of Five Natural Disasters. *The Journal of Disaster Studies and Management*, 19 (4), 308-326.
- Rodriguez, H., Diaz, W., Santos, J.M. & Aguirre, B.E. (2007). Communicating Risk and Uncertainty: Science, Technology, and Disasters at the Crossroads. In H. Rodriguez, E. Quarantelli & R. Dynes (Eds.), *Handbook of Disaster Research* (pp. 476-488). New York: Springer.
- Rodriguez, H., Quarantelli, E.L. & Dynes, R.R. (Eds.) (2007). *Handbook of Disaster Research*. New York: Springer.
- Rodrigue, C.M. (2004). *Hazard Vulnerability, Media Construction of Disaster, and Risk Management* (Presentation). Geraadpleegd via <http://www.csulb.edu/~rodrigue/wadem/talk.html>
- Scanlon, J. (2007a). Research about the Mass Media and Disaster: Never (Well Hardly Ever) The Twain Shall Meet. In D. McEntire (Ed.), *Disciplines, Disasters and Emergency Management* (pp. 75-94). Springfield: Charles C. Thomas Publisher.
- Scanlon, J. (2007b). Unwelcome Irritant or Useful Ally? The Mass Media in Emergencies. In H. Rodriguez, E. Quarantelli & R. Dynes (Eds.), *Handbook of Disaster Research* (pp. 413-429). New York: Springer.
- Svitak, T. (2010). Chile VS. Haiti: How Did the Media Frame the Earthquakes in Haiti and Chile? Delaware: University of Delaware Disaster Research Center.
- Tierney, K., Bevc, C. & Kuligowski, E. (2006). Metaphors Matter: Disaster Myths, Media Frames, and Their Consequences in Hurricane Katrina. *The Annals of the American Academy*, 604, 57-81.

- Van Ginneken, J. (1996). *De schepping van de wereld in het nieuws. De 101 vertekeningen die elk 1 procent verschil maken*. Houten: Bohn Stafleu Van Loghum.
- Van Gorp, B. (2004). *Framing en het interpreteren van nieuws. Een experimenteel onderzoek naar de effecten van frames*. Antwerpen: Universiteit Antwerpen.
- Van Gorp, B. (2006). *Framing asiel. Indringers en slachtoffers in de pers*. Leuven: Acco.
- Van Nieuwenhuysse, K. (2005). *De klauw van een papieren leeuw. Een politieke geschiedenis van de krant De Standaard (1947-1976)*. Leuven: Acco.
- Vasterman, P.L.M. (2008). Media en rampen. *Psychologie & Gezondheid*, 36 (3), 105-110.
- Vasterman, P.L.M. (2011, 11 januari). Volendam: de ramp als media blockbuster. *Vrij Nederland*. Geraadpleegd via <http://www.svj.hvu.nl/mediahype/art/volendam.htm>
- Vasterman, P.L.M., Yzermans, J. & Dirkzwager, A.J.E. (2005). The Role of the Media and Media Hypes in the Aftermath of Disasters. *Epidemiologic Reviews*, 27, 107-114.
- Vasterman, P.L.M. & Yzermans, J. (2002). Ziek van de ramp of van het nieuws over de ramp? *Tijdschrift voor Mediageschiedenis*, 5 (2), 88-109.
- Verleyen, T. (2005). *Printmedia in Vlaanderen*. Mechelen: Wolters Plantyn.
- Wenger, D. (1985). *Mass Media and Disasters*. Newark: Disaster Research Center.
- Wenger, D. & Friedman, B. (1986). Local and National Media Coverage of Disaster: a Content Analysis of the Print Media's Treatment of Disaster Myths. *International Journal of Mass Emergencies and Disasters*, 4, 27-50.
- Wester, F., Renckstorf, K. & Scheepers, P. (Red.) (2006). *Onderzoekstypen in de communicatiewetenschap*. Alphen aan de Rijn: Kluwer.
- Zoeteman, B.C.J., Kersten, W.C., Vos, W.F., Van de Voort, L. & Ale, B.J.M. (2010). *Communication management during risk events and crises in a globalised*

world: Predictability of domestic media attention for calamities. *Journal of Risk Research*, 13 (3), 279-302.

9. Bijlagen

9.1. BIJLAGE 1: CODEBOEK

Krant	<ol style="list-style-type: none">1. De Standaard2. Het Laatste Nieuws3. Het Belang van Limburg
Maand	<ol style="list-style-type: none">1. Augustus2. September3. Oktober4. November5. December6. Januari
Dag van de week	<ol style="list-style-type: none">1. Maandag2. Dinsdag3. Woensdag4. Donderdag5. Vrijdag6. Zaterdag
Dag van de maand	(1-31)
Datum	Dag-maand-jaar
Periode	19, 20/8 = 1 22 – 27/8 = 2 29 – 31/8 = 3 September = 4 Oktober = 5 November = 6 Januari = 7
Paginnummer	
Titel	
Journalist	
Plaatsing binnen krant	<ol style="list-style-type: none">1. Voorpagina

	2. Binnenland 3. Buitenland 4. Politiek 5. Sport 6. Lifestyle 7. Cultuur 8. Regionaal nieuws 9. Opinie 10. Achterkrant
Grootte artikel	(in cm ² , tot 1 cijfer na de komma)
Lengte artikel	(aantal woorden)
Grootte titel	(in cm ² , tot 1 cijfer na de komma)
Lengte titel	(aantal woorden)
Grootte afbeelding 1	(in cm ² tot 1 cijfer na de komma)
Afgebeelde 1a	Materiële schade = 1 Gewonde = 2 Organisatie = 3 Burgemeester = 4 Reddingswerker = 5 Festivalganger(s) = 6 Familie/vrienden betrokkene(n) = 7 Massa = 8 Dode = 9 Storm = 10 Pers = 11 Medewerkers = 12 Koningshuis = 13 Politici = 14 Artiest = 15 Solidariteitsactie = 16 Psycholoog = 17 Herdenking = 18 Andere = 19 Niet van toepassing = 99
Afgebeelde 1b	Idem Afgebeelde 1a

Grootte afbeelding 2	(in cm ² tot 1 cijfer na de komma)
Afgebeelde 2a	Idem Afgebeelde 1a
Afgebeelde 2b	Idem Afgebeelde 1a
Totaaloppervlakte foto's	(in cm ² tot 1 cijfer na de komma)
Hoofdonderwerp 1 artikel	Verloop ramp = 1 Slachtoffer(s) = 2 Natuurverschijnsel = 3 Hulporganisatie = 4 Telecommunicatie = 5 Communicatie = 6 Financiën = 7 Artiesten = 8 Solidariteit = 9 Herdenking = 10 Verantwoordelijkheid = 11 Sociale media = 12 Organisatorische beslissingen = 13 Verloop na ramp = 14 Ongerustheid onrechtstreeks betrokkenen = 15 Psychologie = 16 Openbaar vervoer = 17 Plunderingen = 18 Veiligheid = 19 Pers = 20 Andere = 21
Hoofdonderwerp 2 artikel	Idem Hoofdonderwerp 1 Niet van toepassing = 99
Bron 1	Slachtoffer = 1 Organisatie = 2 Reddingswerker = 3 Klimatoloog = 4 Psycholoog = 5 Burgemeester = 6

	<p>Journalist = 7 Festivalganger = 8 Familie/vrienden betrokkene = 9 Jurist = 10 Verzekering = 11</p> <p>Politici = 12 Persagentschap = 13 Andere media = 14 Officiële documenten = 15</p> <p>Sociale media = 16 Medewerker = 17 Gsm-operatoren = 18 Openbaar vervoer = 19 Artiest = 20 Andere festivals = 21 Solidaire helper = 22 Tentenboeren = 23 Parket = 24 Andere = 25 Niet vermeld = 26 Niet van toepassing = 99</p>
Identificatie bron 1	<p>Ja = 1 Nee = 2 Niet van toepassing = 99</p>
Bron 2	Idem Bron 1
Identificatie bron 2	<p>Ja = 1 Nee = 2 Niet van toepassing = 99</p>
Bron 3	Idem Bron 1
Identificatie bron 3	<p>Ja = 1 Nee = 2 Niet van toepassing = 99</p>
Totaal aantal bronnen	
Is de mythe van het uitbreken van massale paniek aanwezig?	<p>Ja = 1 Nee = 2</p>

Is de mythe van het stijgende criminaliteitscijfer aanwezig?	Ja = 1 Nee = 2
Is de mythe van de slachtoffers als verstomd, onthutst en geschokt aanwezig?	Ja = 1 Nee = 2
Is de mythe van het plaatsvinden van massale evacuaties aanwezig?	Ja = 1 Nee = 2
Is de mythe van de noodzaak aan publieke opvangplaatsen aanwezig?	Ja = 1 Nee = 2
Totaal aantal gebruikte mythes	
Accuraatheid aantal doden	Ja = 1 Nee = 2 Niet van toepassing = 99
Accuraatheid aantal gewonden	Ja = 1 Nee = 2 Niet van toepassing = 99
Accuraatheid materiële schade	Ja = 1 Nee = 2 Niet van toepassing = 99
Wordt er kritiek gegeven op de weersvoorspelling?	Ja = 1 Nee = 2
Bron kritiek A	Slachtoffer = 1 Organisatie = 2 Reddingswerker = 3 Klimatoloog = 4 Psycholoog = 5 Burgemeester = 6 Journalist = 7 Festivalganger = 8 Familie/vrienden betrokkene = 9 Jurist = 10 Verzekering = 11 Politici = 12

	Sociale media = 13 Andere media = 14 Niet vermeld = 15 Andere = 16 Niet van toepassing = 99
Wordt er kritiek gegeven op het ontbreken van een waarschuwing vanwege de organisatie?	Ja = 1 Nee = 2
Bron kritiek B	Idem Bron kritiek A
Wordt er kritiek gegeven op de veiligheid van het festival?	Ja = 1 Nee = 2
Bron kritiek C	Idem Bron kritiek A
Wordt er kritiek gegeven op de communicatie vanwege de organisatie tijdens en na de ramp?	Ja = 1 Nee = 2
Bron kritiek D	Idem Bron kritiek A
Wordt er kritiek gegeven op het verloop van de reddingsoperaties?	Ja = 1 Nee = 2
Bron kritiek E	Idem Bron kritiek A
Wordt er kritiek gegeven op de beslissing om het festival stop te zetten?	Ja = 1 Nee = 2
Bron kritiek F	Idem Bron kritiek A
Wordt er kritiek gegeven op de financiële beslissingen?	Ja = 1 Nee = 2
Bron kritiek G	Idem Bron kritiek A
Wordt er kritiek gegeven op de beslissingen omtrent de toekomst van het festival?	Ja = 1 Nee = 2

Bron kritiek H	Idem Bron kritiek A
Wordt er kritiek gegeven op de telecommunicatie netwerken?	Ja = 1 Nee = 2
Bron kritiek I	Idem Bron kritiek A
Wordt er kritiek gegeven op de politieke verbanden?	Ja = 1 Nee = 2
Bron kritiek J	Idem Bron kritiek A
Totaal aantal punten van kritiek	
Wordt er een schuldige aangeduid?	Ja = 1 Nee = 2
Indien ja, wie of wat wordt als schuldige aangeduid?	Natuurverschijnsel = 1 Weermannen = 2 Organisatie = 3 Tentenbouwer = 4 Andere = 5 Niet van toepassing = 99
Worden er meerdere schuldigen aangeduid?	Ja = 1 Nee = 2
Indien ja, wie of wat wordt nog als schuldige aangeduid?	Natuurverschijnsel = 1 Weermannen = 2 Organisatie = 3 Tentenbouwer = 4 Andere = 5 Niet van toepassing = 99
Wordt er een quote in de titel gebruikt?	Ja = 1 Nee = 2
Worden er emoties afgebeeld op de foto('s)?	Ja = 1 Nee = 2 Niet van toepassing = 99

Worden de cijfergegevens overdreven?	Ja = 1 Nee = 2 Niet van toepassing = 99
Toon van het artikel	Zeer positief = 1 Positief = 2 Eerder positief = 3 Neutraal = 4 Eerder negatief = 5 Negatief = 6 Zeer negatief = 7

9.2. BIJLAGE 2: KRANTENARTIKELS

a.) Het Laatste Nieuws, 20/8/2011, p.2:

2
DRAMA PUKKELPOP DE SLACHTOFFERS
weekend 20 en 21 augustus 2011 3

«SAMEN dat troost een beetje»

Wendy Burecke (20) en Marlo Ghys (20) en Marlieke de Wilde (21) en Marlieke de Wilde (21) en Marlieke de Wilde (21)

OP TV ZIEN JONGEN DAT HUN ERMORDE HAD GEZEN MET TEN GARDE MOEDER AAN HET HOOFD. BIJNA ZEKER DAT HUN HET OVER HUN DOCHTER HAD

WENDY HAD NOG ZOVEEL TIJD IN TE HALLEN. ZE IS HAAR HELD JESSE ZEKER GEWEEST. NOG GEEN JAAR GELEDEN IS ZE GEZETTEN VERKLAARD

MARLIEKE DE WILDE (21) GEDEPT DOOR VERLICHTINGSPAAL

MEISJE UIT MECHELEN BREEKT TWE RUGGERWELVEN

NOG TWE GEWONDEN VECHEN VOOR LEVEN

«SAMEN dat troost een beetje»

OUDERS OVER HET VERLIES VAN HUN DOCHTER EN HAAR VRIEND

Wendy Burecke en Marlo Ghys zijn twee jonge vrouwen die samen met Marlieke de Wilde en Marlieke de Wilde de slachtoffers zijn van de Pukkelpop-afsluiting van vorig jaar. Ze zijn nu samen met hun ouders en vrienden op zoek naar troost en steun. De ouders zijn verbaasd en bezorgd over de manier waarop hun dochters omgaan met het verlies. Wendy en Marlo zijn nu samen met Marlieke de Wilde en Marlieke de Wilde op zoek naar troost en steun.

Wendy had nog zoveel tijd in te halen. Ze is haar held Jesse zeker geweest. Nog geen jaar geleden is ze gezettens verklaard

Op tv zien jongen dat hun ermorde had gezien met ten garde moeder aan het hoofd. Bijna zeker dat hun het over hun dochter had

Marlieke de Wilde (21) gedep't door verlichtingspaal

Meisje uit Mechelen breekt twee ruggerwels

Nog twee gewonden vechten voor leven

b.) De Standaard, 30/9/2011, p.3:

2 | VOORAAAN
DE STANDAARD
DE STANDAARD
VOORAAAN | 3

COMMENTAAR HET EXPERIMENT DI RUPO I

BAAT TOEGEWEN

Minister de Groot heeft de Vlaamse regering toegezegd om de Vlaamse Reguleerder voor de Media (Vlaamse Reguleerder voor de Media) te laten beslissen over de Vlaamse Reguleerder voor de Media. Dit is een belangrijke stap in de Vlaamse Reguleerder voor de Media. De Vlaamse Reguleerder voor de Media zal de Vlaamse Reguleerder voor de Media beslissen over de Vlaamse Reguleerder voor de Media.

BIJEN DOOD WILS OF SLAG DOOD, HIJ KEEPT TENMINSTE NIET GELDLOS

Moeder Wynne Adams

Wynne Adams is de moeder van de jonge man die is overleden aan een bijensting. Ze is nu bezig met het proces tegen de Vlaamse Reguleerder voor de Media. Ze wil dat de Vlaamse Reguleerder voor de Media wordt vervolgd voor het overlijden van haar zoon.

RINNENLAND

Eén op de tien blijft na scheiding ongetrouwd

Volgens de Vlaamse Reguleerder voor de Media blijft één op de tien mensen ongetrouwd na een scheiding. Dit is een belangrijke statistiek die de Vlaamse Reguleerder voor de Media heeft gepubliceerd.

SUITENLAND

Elke drie dagen pleegt Frans kind zelfmoord

In Frankrijk pleegt elke drie dagen een kind zelfmoord. Dit is een ernstig probleem dat de Vlaamse Reguleerder voor de Media moet oppakken.

OPINIE

'In het regeerakkoord van Di Rupo worden alle besparingen op de jongere generatie afgewenteld, terwijl de ouderen buiten schot blijven. Dat maakt ons onstandig'

Colloquiumvoorzitter PETER MACQUILL

Peter Macquill is de voorzitter van het colloquium. Hij heeft kritiek op het regeerakkoord van Di Rupo. Hij vindt dat de besparingen op de jongere generatie afgewenteld worden, terwijl de ouderen buiten schot blijven.

SPORT

Drie Belgische zeges in Europa League

De Belgische voetbalploeg heeft drie zeges behaald in de Europa League. Dit is een belangrijke prestatie voor de ploeg.

MENSAECONOMIE

SPA ergert zich aan Dehaene bij Dexia

Spanje is ergert zich aan de rol van Dehaene bij Dexia. Dit is een belangrijk punt in de Vlaamse Reguleerder voor de Media.

SIRTE, 29 SEPTEMBER 2011

Op de weg naar de luchthaven van Tirane worden drie personen gewond. Dit is een ernstig ongeval dat de Vlaamse Reguleerder voor de Media moet onderzoeken.

FESTIVAL GEBRUIKTE NIET ALLE INFO KMI

Pukkelpop wist te weinig over weer

Het KMI had voorspeld dat het in Limburg vreg zou hagelen en waaien tijdens de vooravond van 8 augustus. Informatie die de organisatie van Pukkelpop nooit oppog.

De informatie van een meteoroloog volstaat niet om conclusies te trekken over het weer, zeker niet voor de organisatie van een groot festival'

De Vlaamse Reguleerder voor de Media

De Vlaamse Reguleerder voor de Media heeft kritiek op de organisatie van Pukkelpop. Hij vindt dat de organisatie niet voldoende informatie heeft gebruikt om de weeromstandigheden te voorspellen.

MOMENTI

Aan/uit

De Vlaamse Reguleerder voor de Media heeft een aantal momenten vastgesteld. Dit is belangrijk voor de Vlaamse Reguleerder voor de Media.

DSOnline

Studenten op zoek naar de laatste problemen van de studenten, de oplossingen, de oplossingen, de oplossingen. Dit is belangrijk voor de Vlaamse Reguleerder voor de Media.

Kwaliteit tegen beste prijs

De Vlaamse Reguleerder voor de Media heeft een aantal kwaliteitsmomenten vastgesteld. Dit is belangrijk voor de Vlaamse Reguleerder voor de Media.

FESTIVAL GEBRUIKTE NIET ALLE INFO KMI

Pukkelpop wist te weinig over weer

Het KMI had voorspeld dat het in Limburg hevig zou hagelen en waaien tijdens de vooravond van 18 augustus. Informatie die de organisatie van Pukkelpop nooit opvroeg.

VAN ONZE REDACTIEUR
WILLEM VAN DER BRUG
Op kaarten die het Koninklijk Meteorologisch Instituut (KMI) op de dag van de ramp maakte, is te zien hoe boven centrum Limburg hevige rukwinden en hagel werden voorspeld. De organisatie van Pukkelpop heeft die kaarten nooit gezien omdat ze op 18 augustus niet rechtstreeks in verbinding stond met de weersvoorspellers van het KMI. Om zicht te krijgen op het weer maakte de organisatie van Pukkelpop gebruik van MyMeteo. Dat is een betaalde site van het KMI waar elke particulier de waarnemingen van de meteorologen kan bekijken. Het systeem is echter af als de gratis online Buienradar, die zich baseert op input van het KMI.

“De informatie van een buienradar volstaat niet om conclusies te trekken over het weer, zeker niet voor de organisatie van om het even welk festival”

DAVID DEHEER
Weersvoorspeller KMI



Het weer had hem vroeg die dag code oranje: plaatselijk felere winden met wateroverlast, hagel en felere rukwinden. Die voorspelling was ook terug te vinden op de KMI-site. Na de ramp zal festivalorganisator Chabry Mahasine dat het orweer werd aangekondigd als een zwaar or zoverd zijn. “De oranje code staat bij ons al beschikbaar voor een klassiek orweer”, zegt Deheer. “Wij hebben op alle mogelijke manieren gewaarschuwd voor alle onbetrouw-

baarheidsomstandigheden.” Die waarschuwingen gingen wel voor de hele provincie Limburg. Niemand kon voorspellen dat het orweer vlak boven de festivalvelden zo catastrofaal zou zijn, dus omdat er een gratis holding van twee luchthavens was. Daardoor begon het tegelijk hevig te waaien en te hagelen.

Eekand als ramp
Het KMI had wel alle indicatoren voor een hevig orweer in de regio bij zich. In principe volstaan om telefoontje naar de dienst om deskundige en vrij nauwkeurige voorspellingen te krijgen. Op basis daarvan kan de festivalorganisatie beslissen of het nodig was om het terrein te evacueren, met alle risico's van dien. De organisatie van het festival wilde gloriëren met zeggen of ze nog andere bronnen dan MyMeteo gebruikte. “Momenteel zijn we bezig met de afrekening van een aantal dossiers”, zegt Kadrien Goossens. “Over het weer willen we niet meer commentaren.”

Sinds de ramp is KMI's markt het KMI wel dat verschillende festivalorganisatoren zich grondig laten informeren over het weer. Vijf mensen kwamen om het leven op Pukkelpop, tientallen anderen maakten gewond. De milieumaak erkende het noodweer officieel als ramp, wat betekent dat de materiële schade wordt vergoed door het Rampenfonds. De schade wordt geschat op bijna twintig miljoen euro.

c.) De Standaard, 5/11/2011, p.5:

DE STANDAARD
ZAKELIJK NIEUWS EN OPINIE

‘Nu opslag geven? Dat kan echt niet’

De Vlaamse regering ligt onder vuur omdat ze opslag geeft aan haar ambtenaren. ‘Ovenal is het crisis orwordt er bespaan, behave in Vlaanderen.’

• Looft loonsverhoging in hoger dan in privésector
• Huiden ambtenaren zijn niet onbetrouwbare
• Basissalaris moet dalen tegen hogere in privésector

AMBTENAREN VRIJDIENST

De Vlaamse regering heeft op 11 oktober een voorstel gedaan om de salarissen van ambtenaren te verhogen met 3,5 procent. Dit is de hoogste verhoging sinds 2008. Volgens de Vlaamse ambtenarenvereniging (VAV) zou dit bedrag met 10,1 procent dalen tot 3,1 procent. De Vlaamse ambtenarenvereniging (VAV) heeft de Vlaamse regering hiervoor kritiek gegeven. Volgens de VAV zou de verhoging met 3,5 procent te laag zijn, omdat de inflatie in België 4,5 procent bedraagt. De Vlaamse ambtenarenvereniging (VAV) heeft de Vlaamse regering hiervoor kritiek gegeven. Volgens de VAV zou de verhoging met 3,5 procent te laag zijn, omdat de inflatie in België 4,5 procent bedraagt.

AMBTENAREN VRIJDIENST

Salair	2010	2011	Verandering
Basissalaris	2.335	2.408	+3,1%
Basissalaris	2.540	2.623	+3,1%
Basissalaris	2.840	2.923	+3,1%
Basissalaris	3.450	3.557	+3,1%

AMBTENAREN VRIJDIENST

De Vlaamse regering heeft op 11 oktober een voorstel gedaan om de salarissen van ambtenaren te verhogen met 3,5 procent. Dit is de hoogste verhoging sinds 2008. Volgens de Vlaamse ambtenarenvereniging (VAV) zou dit bedrag met 10,1 procent dalen tot 3,1 procent. De Vlaamse ambtenarenvereniging (VAV) heeft de Vlaamse regering hiervoor kritiek gegeven. Volgens de VAV zou de verhoging met 3,5 procent te laag zijn, omdat de inflatie in België 4,5 procent bedraagt.

DE STANDAARD
ZAKELIJK NIEUWS EN OPINIE

‘Er zit geen enkele morele druk op’

De organisatie van Pukkelpop is gestart met het invullen van tickets voor drankomzet. Al wordt er getipt dat heel wat festivalgangers niet op het aanbod zullen ingaan.

VELDORDELIJKE

De politie wil niet praten over de zaak. Volgens de politie zou de organisatie van Pukkelpop tickets hebben gekocht voor de verkoop van alcoholische drank. Dit zou in strijd zijn met de wetgeving op het gebied van alcoholhandel.

AMBTENAREN VRIJDIENST

De Vlaamse regering heeft op 11 oktober een voorstel gedaan om de salarissen van ambtenaren te verhogen met 3,5 procent. Dit is de hoogste verhoging sinds 2008. Volgens de Vlaamse ambtenarenvereniging (VAV) zou dit bedrag met 10,1 procent dalen tot 3,1 procent. De Vlaamse ambtenarenvereniging (VAV) heeft de Vlaamse regering hiervoor kritiek gegeven. Volgens de VAV zou de verhoging met 3,5 procent te laag zijn, omdat de inflatie in België 4,5 procent bedraagt.

VEILIGHEIDSPLAN

Turtelboom fluit politie terug

De politie wil geen prikkels meer maken van feestbeelden. Minister Arrambide Turtelboom vindt dat onaanvaardbaar.

ELKE BUREAUBAAR

De politiekop heeft zware fiscale geschichten van de prioriteitlijst in zijn ontwerpvoorstel voor het Nationaal Veiligheidsplan 2012-2015. De tekst wordt volgens de weekbezoeker door de federale politieraad en moet daarna nog goedgekeurd worden door de regering. Of dat zal gebeuren, is uiteraard twijfelachtig. Voor minister van Binnenlandse Zaken Arrambide Turtelboom vindt dat onaanvaardbaar.

De politie wil geen prikkels meer maken van feestbeelden. Minister Arrambide Turtelboom vindt dat onaanvaardbaar. De politiekop heeft zware fiscale geschichten van de prioriteitlijst in zijn ontwerpvoorstel voor het Nationaal Veiligheidsplan 2012-2015. De tekst wordt volgens de weekbezoeker door de federale politieraad en moet daarna nog goedgekeurd worden door de regering. Of dat zal gebeuren, is uiteraard twijfelachtig. Voor minister van Binnenlandse Zaken Arrambide Turtelboom vindt dat onaanvaardbaar.

We zijn niet over één nacht ijz. In de regering over de discussie, zei Paul Van Thienen, voorzitter van de federale politieraad, in De Pers. Ook nam de oplichting hebben de lijst niet gemaakt. We hebben alle criminaliteitscijfers en de prioriteitlijst worden vergen elkaar afgewogen op basis van verscheidene criteria. Onder meer menselijke, technische en financiële. Het is een groep van vijf leden die de lijst bevestigd. Het is een groep van vijf leden die de lijst bevestigd. Het is een groep van vijf leden die de lijst bevestigd.



Pukkelpop 2011 werd op d.d. 1-3 augustus, al vijfdegevoert met een omvang van de feestbeelden van ranglijst had geen zin. © foto: d. d.

PUKKELPOP HOOPT DAT FESTIVALGANGERS COMPENSATIE LAT EN VALLEN 'Er zit geen enkele morele druk op'

De organisatie van Pukkelpop is gestart met het inruilen van tickets voor drankbonnen. Al wordt er gehoopt dat heel wat festivalgangers niet op het aanbod zullen ingaan.

De organisatie van Pukkelpop is gestart met het inruilen van tickets voor drankbonnen. Al wordt er gehoopt dat heel wat festivalgangers niet op het aanbod zullen ingaan.



Chokri Mahabine, de organisatie van Pukkelpop is gestart met het inruilen van tickets voor drankbonnen. Al wordt er gehoopt dat heel wat festivalgangers niet op het aanbod zullen ingaan.

De organisatie van Pukkelpop is gestart met het inruilen van tickets voor drankbonnen. Al wordt er gehoopt dat heel wat festivalgangers niet op het aanbod zullen ingaan. De organisatie van Pukkelpop is gestart met het inruilen van tickets voor drankbonnen. Al wordt er gehoopt dat heel wat festivalgangers niet op het aanbod zullen ingaan.

d.) Het Laatste Nieuws, 1/10/2011, p.11:

10 | woensdag 2 oktober 2011

BART DE WEVER (NVA) ZET AKKOORDEN IN BALLENKRAAM: EEN KEER GODIEN, ALLES OMVER

<IK VOEL WOEDE>

Als ik bedenken dat ik in een ballenkraam zit... Bart De Wever... ik voel woede... De Wever... ik voel woede... De Wever... ik voel woede...

Bale en De Croo zijn op de barbaarsheid beland en helaas door de rassen gasteren

Capereansense omen taling? Een parovox, dat is het, want Buisson, nu vooruitgang

Zat de koning in dat toestel dat Di Rupo het overtuigde van het... Of was het leeg?

11 | woensdag 2 oktober 2011

MET SPECIALE FESTIVAL-WEERSERVICE WIL KMI DRAMA'S VERMIJDEN

Het Koninklijk Meteorologisch Instituut... festivalweer... KMI... festivalweer... KMI... festivalweer...

Sms'je bij onweer

DOEK ZOUDEN WE SOCIAALNETWERKSITES DIAL'S TWITTER KUNNEN GEBRUIKEN

David Deleener... sociale media... Twitter... sociale media... Twitter...

SAEY

Kleurrijke warmte

De SAEY Gasfornie... kleurrijke... warmte... SAEY... gasfornie... kleurrijke... warmte...

Voordeuren op www.saeysheating.com

MET SPECIALE FESTIVAL-WEERSERVICE WIL KMI DRAMA'S VERMIJDEN

Het Koninklijk Meteorologisch Instituut (KMI) gaat een speciale festival- weerservice oprichten om bij hevige onweer drama's zoals op Pukkelpop te voorkomen. «Zo zouden we de festivalgangers kunnen waarschuwen via Twitter of via sms, als er een zwaar onweer hen kant uit komt», legt werman David Dehenauw uit. «Of op vraag van organisatoren zouden we voorstellingen op maat kunnen maken voor de precieze plaats van een festival».

KAREN SLAETS

Vooraf de communicatie wil het KMI met de andere service verbeteren. «Mer de ramp op Pukkelpop is duidelijk geweest dat hieraan iets schiet», aldus Dehenauw. «We willen niet een op voorhand dat het onweer de regio moet kloven met trafiek, maar die informatie heeft de organisatoren niet tijdig bereikt. Met onze huidige weerservice en computerprogramma's kunnen we heten pas later op voorhand voor specifieke plaatsen het weer voorspellen. We werken eraan om dit te verbeteren, maar dat zal nog even tijd duren. Daarom willen we vooral de communicatie over heel België en de regio's verbeteren via de media en vooral ook het federaal crisisbeheersysteem. Zo worden de lokale autoriteiten, beleidsmakers en lokale bestuursorganen beter geïnformeerd. Ook zouden we



IN ÉÉN UUR TUD
In die namiddag was het nog volkomen op Pukkelpop. Een uur later had een zwaar onweer hen eraf geweid. Dat was het op voorhand, maar die informatie heeft de organisatoren niet tijdig bereikt. Foto's: Michael Van den Berghe

Sms'je bij onweer

OOK Zouden we sociaalnetwerksites zoals Twitter kunnen gebruiken om te informeren
David Dehenauw

land freestyle afgelegen en die kunnen we beter ook naar specifiek waarschuwen en voor gevaarlijk weer. Het KMI zou daarom voldoende samenwerking op voorhand met de festivalorganisatoren afgelegen willen maken. Zo kunnen we voorstellingen op maat maken voor die regio en ook vooraf de communicatie met hen afgelegen en de regio's verbeteren.

Verder hoop werman David Dehenauw in de toekomst ook op een betere samenwerking met de politie en brandweer. «Ij zou kunnen een helpende hand geven bij de schakelen door onze taal mogelijk op de hoogte te brengen als er ergens schade is door regen of wind. Zo kunnen we de regio's beter de samenwerking aan, zodat op die hoogte brengen.»

Niemand vervolgd voor Pukkelpop-ramp
Het gerechtelijk onderzoek naar het drama op Pukkelpop is afgerond. Niemand is al vervolgd worden, want er kan nog geen enkele aanspraak zijn op een strafrecht. Ook de schade van de organisatie van het festival wordt niet getaxideerd. De organisatie van het festival wordt niet getaxideerd. De organisatie van het festival wordt niet getaxideerd.

e.) Het Laatste Nieuws, 18/10/2011, p.3:

2 Dinsdag 18 oktober 2011

DE BELASTINGBETALER BETAALT onze OPINIE
Een voorstel om de belastingbetaler te laten betalen voor de kosten van de politie en brandweer is niet gerechtvaardigd, aldus de Vlaamse Federatie voor de Burger. De organisatie van het festival wordt niet getaxideerd. De organisatie van het festival wordt niet getaxideerd.

GEMEENTELIJKE HOLDING OP RAND VAN FAILLIET ECONOMOOM BIKKELHARD
De Gemeentelijke Holding (GH) van de stad Brussel staat op de rand van het failliet. De organisatie van het festival wordt niet getaxideerd. De organisatie van het festival wordt niet getaxideerd.

«Ze staken hun kop in het zand. Wanbeheer»
Allemaal politici in raad van bestuur

Pas zaterdag uitstijpt!
De organisatie van het festival wordt niet getaxideerd. De organisatie van het festival wordt niet getaxideerd.

«We hopen dat ze veel bonnen niet opvragen»
De organisatie van het festival wordt niet getaxideerd. De organisatie van het festival wordt niet getaxideerd.

«MOOI EN PROPER OPGELOST»
De organisatie van het festival wordt niet getaxideerd. De organisatie van het festival wordt niet getaxideerd.

3 Dinsdag 18 oktober 2011

PUKKELPOP VERGOEDT SCHADE MET DRANK- EN FEETVOUCHERS
FESTIVAL BLIJFT BESTAAN, MAAR ZAL VERLIESLATEND ZIJN

De bond van kleine clubs van Pukkelpop op 16, 17 en 18 september 2012. We een ticket heeft voor de organisatie van het festival wordt niet getaxideerd. De organisatie van het festival wordt niet getaxideerd.

«We hopen dat ze veel bonnen niet opvragen»
De organisatie van het festival wordt niet getaxideerd. De organisatie van het festival wordt niet getaxideerd.

Tevredenheid maar ook kritiek op Twitter
De organisatie van het festival wordt niet getaxideerd. De organisatie van het festival wordt niet getaxideerd.

Nog 4 dagen CODE DVD € 37
De organisatie van het festival wordt niet getaxideerd. De organisatie van het festival wordt niet getaxideerd.

✓ PUKKELPOP VERGOEDT SCHADE MET DRANK- EN EETVOUCHERS ✓ FESTIVAL BLIJFT BESTAAN, MAAR ZAL VERLIESLATEND ZIJN

Er komt een nieuwe editie van Pukkelpop op 16, 17 en 18 augustus 2012. Wie een ticket kocht voor de rampdite van dit jaar, krijgt geen financiële vergoeding, wel vouchers met drank- en eetbonnen voor 75 of 150 euro. «Het is om tegenover-



De eet- en drankbonnen zijn een tegenprestatie voor de geschikte responsieve en dit jaar. (Foto: J. Janssens)

koming aan alle Pukkelpoppers, ook al zullen we verlies maken. Eerlijk gezegd: we hopen dat ook dat heel wat mensen ons zullen steunen en hun compensatie niet opvragen, aldus organisator Chokri Mahasseine.

Zo werkt het

- Wie een dop- of combibonnet voor Pukkelpop 2011 had gekocht, ontvangt automatisch een voucher. Het omgekeerde geldt ook: wie een voucher heeft, kan al de vouchers opgeven met een drankbonnet.
- Voor een drankbonnet krijg je drie vouchers à 100 gram. Voor een eetbonnet krijg je drie vouchers à 100 gram. Voor een combibonnet krijg je drie vouchers à 100 gram.
- De vouchers zijn geldig tot eind augustus 2012. In het weekend van 10-12 augustus 2012 kan de voucher worden ingewisseld.
- De vouchers zijn geldig voor de aankoop van drank en eten op de festivallocatie.
- Het is december van dit jaar dat de vouchers worden ingewisseld. Het is dan mogelijk om de vouchers te gebruiken voor de aankoop van drank en eten op de festivallocatie.

«We hopen dat ze veel bonnen niét opvragen»

Tevredenheid maar ook kritiek op Twitter

Op de sociale netwerk Twitter was het maar een kwestie van tijd voor de organisatie van Pukkelpop te worden aangeklaagd. De organisatie werd aangeklaagd voor de schade van de rampdite van dit jaar. De organisatie werd aangeklaagd voor de schade van de rampdite van dit jaar.

MARK COENIGRACHT

15 november. Daar was de organisatie van Pukkelpop 2011. De organisatie van Pukkelpop 2011 was de organisatie van Pukkelpop 2011. De organisatie van Pukkelpop 2011 was de organisatie van Pukkelpop 2011.

15 november. Daar was de organisatie van Pukkelpop 2011. De organisatie van Pukkelpop 2011 was de organisatie van Pukkelpop 2011. De organisatie van Pukkelpop 2011 was de organisatie van Pukkelpop 2011.

DE VOUCHERS WORDEN WEL GEOPLOEGD OVER 3 JAAR. ANDERS GAAN WE FAILLIET

De organisatie van Pukkelpop 2011 was de organisatie van Pukkelpop 2011. De organisatie van Pukkelpop 2011 was de organisatie van Pukkelpop 2011. De organisatie van Pukkelpop 2011 was de organisatie van Pukkelpop 2011.

De organisatie van Pukkelpop 2011 was de organisatie van Pukkelpop 2011. De organisatie van Pukkelpop 2011 was de organisatie van Pukkelpop 2011. De organisatie van Pukkelpop 2011 was de organisatie van Pukkelpop 2011.

EXPERT: «MOOI EN PROPER OPGELOST»
Een mooie en gepropere oplossing, merkt Peter Deconinck, directeur Divers Management, van de organisatie van Pukkelpop 2011. De organisatie van Pukkelpop 2011 was de organisatie van Pukkelpop 2011.

De organisatie van Pukkelpop 2011 was de organisatie van Pukkelpop 2011. De organisatie van Pukkelpop 2011 was de organisatie van Pukkelpop 2011. De organisatie van Pukkelpop 2011 was de organisatie van Pukkelpop 2011.

Nog 4 dagen

CODE 37

€1/avo

HET LAATSTE NIEUWS

f.) Het Laatste Nieuws, 20/10/2011, p.9:

Dinant heeft
schiedt verspreid
de Wereld van de
Voorwoord

VERPLICHT THUIS WEGENS 'LICHAMELIJK ONGESCHIKT'
AANRIJK BELGISCHE FLIEGER UNIEK IN DE WERELD

300 militairen jonger dan 30 met pensioen

Licht 300 Belgische militairen onder de 30 jaar zijn met pensioen getrokken tegenwoordig. Het is een record. Het is vooral ook een vergoeding voor de administratieve problemen die de militairen ondervinden als ze met pensioen gaan. Het bedrag is lager dan wat ze zouden verdienen als ze nog in dienst waren. Het is vooral ook een vergoeding voor de administratieve problemen die de militairen ondervinden als ze met pensioen gaan.

De eerste dagen na het drama van de Pukkelpop zijn voor de organisatie van de Pukkelpop een tijd van bezinning. Het is een tijd van bezinning op het drama van de Pukkelpop. Het is een tijd van bezinning op het drama van de Pukkelpop. Het is een tijd van bezinning op het drama van de Pukkelpop.

De eerste dagen na het drama van de Pukkelpop zijn voor de organisatie van de Pukkelpop een tijd van bezinning. Het is een tijd van bezinning op het drama van de Pukkelpop. Het is een tijd van bezinning op het drama van de Pukkelpop.

MEER OVER
OUDMANNETJES



OP ZOEK
NAAR
PC-WERK

DE ERSTE
DAGEN
NA HET
DRAMA

DE ERSTE
DAGEN
NA HET
DRAMA

PUKKELPOP-ORGANISATOR CHOKRI MAHASSINE TWEE MAANDEN NA HET DRAMA

«Heb ik alles gedaan wat ik kon?»



De knoop is dus doorgesneden. Pukkelpop blijft bestaan. De verwachte storm tijdens de voorbije drie - die aan vijf jonge mensen het leven kostte - heeft de toekomst van het festival niet in klein gekregen. De Pukkelpop-organisator Chokri Mahassine heeft het drama van de Pukkelpop overleefd. Hij is nu twee maanden na het drama van de Pukkelpop. Hij is nu twee maanden na het drama van de Pukkelpop.

De knoop is dus doorgesneden. Pukkelpop blijft bestaan. De verwachte storm tijdens de voorbije drie - die aan vijf jonge mensen het leven kostte - heeft de toekomst van het festival niet in klein gekregen. De Pukkelpop-organisator Chokri Mahassine heeft het drama van de Pukkelpop overleefd. Hij is nu twee maanden na het drama van de Pukkelpop.

Dinant heeft
schiedt verspreid
de Wereld van de
Voorwoord

VERPLICHT THUIS WEGENS 'LICHAMELIJK ONGESCHIKT'
AANRIJK BELGISCHE FLIEGER UNIEK IN DE WERELD

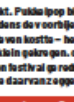
300 militairen jonger dan 30 met pensioen

Licht 300 Belgische militairen onder de 30 jaar zijn met pensioen getrokken tegenwoordig. Het is een record. Het is vooral ook een vergoeding voor de administratieve problemen die de militairen ondervinden als ze met pensioen gaan. Het bedrag is lager dan wat ze zouden verdienen als ze nog in dienst waren. Het is vooral ook een vergoeding voor de administratieve problemen die de militairen ondervinden als ze met pensioen gaan.

De eerste dagen na het drama van de Pukkelpop zijn voor de organisatie van de Pukkelpop een tijd van bezinning. Het is een tijd van bezinning op het drama van de Pukkelpop. Het is een tijd van bezinning op het drama van de Pukkelpop.

De eerste dagen na het drama van de Pukkelpop zijn voor de organisatie van de Pukkelpop een tijd van bezinning. Het is een tijd van bezinning op het drama van de Pukkelpop. Het is een tijd van bezinning op het drama van de Pukkelpop.

MEER OVER
OUDMANNETJES



OP ZOEK
NAAR
PC-WERK

DE ERSTE
DAGEN
NA HET
DRAMA

DE ERSTE
DAGEN
NA HET
DRAMA

PUKKELPOP-ORGANISATOR CHOKRI MAHASSINE TWEE MAANDEN NA HET DRAMA

De knoop is dus doorgesneden. Pukkelpop blijft bestaan. De verwachte storm tijdens de voorbije drie - die aan vijf jonge mensen het leven kostte - heeft de toekomst van het festival niet in klein gekregen. De Pukkelpop-organisator Chokri Mahassine heeft het drama van de Pukkelpop overleefd. Hij is nu twee maanden na het drama van de Pukkelpop.

«Heb ik alles gedaan wat ik kon?»



De knoop is dus doorgesneden. Pukkelpop blijft bestaan. De verwachte storm tijdens de voorbije drie - die aan vijf jonge mensen het leven kostte - heeft de toekomst van het festival niet in klein gekregen. De Pukkelpop-organisator Chokri Mahassine heeft het drama van de Pukkelpop overleefd. Hij is nu twee maanden na het drama van de Pukkelpop.

De knoop is dus doorgesneden. Pukkelpop blijft bestaan. De verwachte storm tijdens de voorbije drie - die aan vijf jonge mensen het leven kostte - heeft de toekomst van het festival niet in klein gekregen. De Pukkelpop-organisator Chokri Mahassine heeft het drama van de Pukkelpop overleefd. Hij is nu twee maanden na het drama van de Pukkelpop.

ANICK GROBEN

In het weekend van de Pukkelpop zijn er veel mensen die met pensioen gaan. Het is een record. Het is vooral ook een vergoeding voor de administratieve problemen die de militairen ondervinden als ze met pensioen gaan. Het bedrag is lager dan wat ze zouden verdienen als ze nog in dienst waren. Het is vooral ook een vergoeding voor de administratieve problemen die de militairen ondervinden als ze met pensioen gaan.

IK VERST DE KRITIEK NIEL, HET GAAT NIET OM JONGE GASTEN DIE LANG HEBBEN MOETEN SPAREN VOOR EEN TICKET VAN 155 EURO, MAAR IK AN ECHT NIET MEER DOEN

Ik verst de kritiek niet, het gaat niet om jonge gasten die lang hebben moeten sparen voor een ticket van 155 euro, maar ik kan echt niet meer doen. Het is een tijd van bezinning op het drama van de Pukkelpop. Het is een tijd van bezinning op het drama van de Pukkelpop.

ZELF DE MABESTAANDEN VAN DE DODELIJKE SLACHTOFFERS HEBBEN ME PERSOONLIJK GEZEGD DAT IK NIET MET PUKKELPOP MAG STOPPEN

Zelf de nabestaanden van de dodelijke slachtoffers hebben me persoonlijk gezegd dat ik niet met Pukkelpop mag stoppen. Het is een tijd van bezinning op het drama van de Pukkelpop. Het is een tijd van bezinning op het drama van de Pukkelpop.

DE ERSTE DAGEN HEB IK GEEN EMOTIES TOEGELATEN, IK WET NIET OP WAT IK TOEN HEB GEDRIEVEN, MAAR ZEKER NIET OP EMOTIES. NIET WAS ACTIE, ACTIE EN NOG EENS ACTIE

De eerste dagen heb ik geen emoties toegelaten, ik weet niet op wat ik toen heb gedreven, maar zeker niet op emoties. Niet was actie, actie en nog eens actie. Het is een tijd van bezinning op het drama van de Pukkelpop. Het is een tijd van bezinning op het drama van de Pukkelpop.

THEÏE

Theïe is een religieus geloof. Het is een tijd van bezinning op het drama van de Pukkelpop. Het is een tijd van bezinning op het drama van de Pukkelpop.

THEÏE

Theïe is een religieus geloof. Het is een tijd van bezinning op het drama van de Pukkelpop. Het is een tijd van bezinning op het drama van de Pukkelpop.

9.3. BIJLAGE 3: SPSS-TABELLEN

a.) Frequentietabel Onderwerp 1

		Onderwerp1			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Verloop ramp	15	5,8	5,8	5,8
	Slachtoffer(s)	37	14,3	14,3	20,1
	Natuurverschijnsel	9	3,5	3,5	23,6
	Hulporganisatie	4	1,5	1,5	25,1
	Telecommunicatie	12	4,6	4,6	29,7
	Communicatie	1	,4	,4	30,1
	Financiën	56	21,6	21,6	51,7
	Artiesten	7	2,7	2,7	54,4
	Solidariteit	20	7,7	7,7	62,2
	Herdenking	25	9,7	9,7	71,8
	Verantwoordelijkheid	20	7,7	7,7	79,5
	Sociale media	8	3,1	3,1	82,6
	Organisatorische beslissingen	10	3,9	3,9	86,5
	Verloop na ramp	7	2,7	2,7	89,2
	Ongerstheid onrechtstreeks betrokkene(n)	4	1,5	1,5	90,7
	Psychologie	9	3,5	3,5	94,2
	Plunderingen	4	1,5	1,5	95,8
	Veiligheid	5	1,9	1,9	97,7
	Pers	2	,8	,8	98,5
	Andere	4	1,5	1,5	100,0
	Total	259	100,0	100,0	

b.) Frequentietabel Onderwerp 2

Onderwerp2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Verloop ramp	8	3,1	3,1	3,1
Slachtoffers(s)	5	1,9	1,9	5,0
Natuurverschijnsel	2	,8	,8	5,8
Communicatie	9	3,5	3,5	9,3
Financiën	4	1,5	1,5	10,8
Artiesten	8	3,1	3,1	13,9
Solidariteit	22	8,5	8,5	22,4
Herdenking	15	5,8	5,8	28,2
Verantwoordelijkheid	8	3,1	3,1	31,3
Sociale media	3	1,2	1,2	32,4
Organisatorische beslissingen	28	10,8	10,8	43,2
Verloop na ramp	16	6,2	6,2	49,4
Ongerustheid onrechtstreeks betrokkenen	4	1,5	1,5	51,0
Psychologie	4	1,5	1,5	52,5
Openbaar vervoer	3	1,2	1,2	53,7
Plunderingen	1	,4	,4	54,1
Veiligheid	1	,4	,4	54,4
Niet van toepassing	118	45,6	45,6	100,0
Total	259	100,0	100,0	

c.) One-Way ANOVA Krant – Ratio titel

Descriptives

ratio titel

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
De Standaard	57	,0930	,04055	,00537	,0822	,1038	,02	,20
Het Laatste Nieuws	84	,1588	,06175	,00674	,1454	,1722	,03	,33
Het Belang van Limburg	118	,1355	,08450	,00778	,1201	,1509	,02	,53
Total	259	,1337	,07344	,00456	,1247	,1427	,02	,53

Post Hoc Tests

Multiple Comparisons

ratiotitel
Tukey HSD

(I) Krant	(J) Krant	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
De Standaard	Het Laatste Nieuws	-,06577*	,01196	,000	-,0940	-,0376
	Het Belang van Limburg	-,04252*	,01124	,001	-,0690	-,0160
Het Laatste Nieuws	De Standaard	,06577*	,01196	,000	,0376	,0940
	Het Belang van Limburg	,02324	,00995	,053	-,0002	,0467
Het Belang van Limburg	De Standaard	,04252*	,01124	,001	,0160	,0690
	Het Laatste Nieuws	-,02324	,00995	,053	-,0467	,0002

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

d.) One-Way ANOVA Krant – Afbeelding 2

Descriptives

Afbeelding2

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
De Standaard	57	20.030	52.1729	6.9105	6.187	33.873	.0	253.7
Het Laatste Nieuws	84	36.070	79.6090	8.6861	18.794	53.346	.0	476.0
Het Belang van Limburg	118	16.292	37.9986	3.4981	9.365	23.220	.0	285.6
Total	259	23.529	57.9855	3.6030	16.434	30.624	.0	476.0

Post Hoc Tests

Multiple Comparisons

Afbeelding2
Tukey HSD

(I) Krant	(J) Krant	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
De Standaard	Het Laatste Nieuws	-16.0404	9.8731	,237	-39.316	7.235
	Het Belang van Limburg	3.7375	9.2803	,915	-18.140	25.615
Het Laatste Nieuws	De Standaard	16.0404	9.8731	,237	-7.235	39.316
	Het Belang van Limburg	19.7779*	8.2133	,044	.416	39.140
Het Belang van Limburg	De Standaard	-3.7375	9.2803	,915	-25.615	18.140
	Het Laatste Nieuws	-19.7779*	8.2133	,044	-39.140	-.416

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

e.) Kruistabel Krant – Emotie foto's

Krant * emotie foto's Crosstabulation

			emotie foto's			Total
			Ja	Nee	99	
Krant	De Standaard	Count	8	24	25	57
		% within Krant	14,0%	42,1%	43,9%	100,0%
		% within emotie foto's	17,4%	25,5%	21,0%	22,0%
		% of Total	3,1%	9,3%	9,7%	22,0%
	Het Laatste Nieuws	Count	17	19	48	84
		% within Krant	20,2%	22,6%	57,1%	100,0%
		% within emotie foto's	37,0%	20,2%	40,3%	32,4%
		% of Total	6,6%	7,3%	18,5%	32,4%
	Het Belang van Limburg	Count	21	51	46	118
		% within Krant	17,8%	43,2%	39,0%	100,0%
		% within emotie foto's	45,7%	54,3%	38,7%	45,6%
		% of Total	8,1%	19,7%	17,8%	45,6%
Total	Count	46	94	119	259	
	% within Krant	17,8%	36,3%	45,9%	100,0%	
	% within emotie foto's	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	% of Total	17,8%	36,3%	45,9%	100,0%	

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	10,745 ^a	4	,030
Likelihood Ratio	11,230	4	,024
N of Valid Cases	259		

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 10,12.

f.) Kruistabel Krant – Accuraatheid aantal doden

Krant * accuraat doden Crosstabulation

			accuraat doden			Total
			Ja	Nee	Niet van toepassing	
Krant	De Standaard	Count	14	5	38	57
		% within Krant	24,6%	8,8%	66,7%	100,0%
		% within accuraat doden	26,9%	83,3%	18,9%	22,0%
		% of Total	5,4%	1,9%	14,7%	22,0%
	Het Laatste Nieuws	Count	19	1	64	84
		% within Krant	22,6%	1,2%	76,2%	100,0%
		% within accuraat doden	36,5%	16,7%	31,8%	32,4%
		% of Total	7,3%	,4%	24,7%	32,4%
	Het Belang van Limburg	Count	19	0	99	118
		% within Krant	16,1%	,0%	83,9%	100,0%
		% within accuraat doden	36,5%	,0%	49,3%	45,6%
		% of Total	7,3%	,0%	38,2%	45,6%
Total	Count	52	6	201	259	
	% within Krant	20,1%	2,3%	77,6%	100,0%	
	% within accuraat doden	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	% of Total	20,1%	2,3%	77,6%	100,0%	

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	16,719 ^a	4	,002
Likelihood Ratio	15,304	4	,004
Linear-by-Linear Association	6,609	1	,010
N of Valid Cases	259		

a. 3 cells (33,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,32.

g.) Kruistabel Krant – Kritiek veiligheid

Krant * kritiek veiligheid Crosstabulation

			kritiek veiligheid		Total
			Ja	Nee	
Krant	De Standaard	Count	4	53	57
		% within Krant	7,0%	93,0%	100,0%
		% within kritiek veiligheid	66,7%	20,9%	22,0%
		% of Total	1,5%	20,5%	22,0%
	Het Laatste Nieuws	Count	1	83	84
		% within Krant	1,2%	98,8%	100,0%
		% within kritiek veiligheid	16,7%	32,8%	32,4%
		% of Total	,4%	32,0%	32,4%
	Het Belang van Limburg	Count	1	117	118
		% within Krant	,8%	99,2%	100,0%
		% within kritiek veiligheid	16,7%	46,2%	45,6%
		% of Total	,4%	45,2%	45,6%
Total	Count	6	253	259	
	% within Krant	2,3%	97,7%	100,0%	
	% within kritiek veiligheid	100,0%	100,0%	100,0%	
	% of Total	2,3%	97,7%	100,0%	

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	7,163 ^a	2	,028
Likelihood Ratio	5,692	2	,058
Linear-by-Linear Association	5,337	1	,021
N of Valid Cases	259		

a. 3 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,32.

h.) Kruistabel Krant – Plaatsing

Krant * Plaatsing Crosstabulation

			Plaatsing					Total	
			Voorpagina	Binnenland	Sport	Regionaal nieuws	Opinie		Achterkrant
Krant	De Standaard	Count	0	52	0	0	5	0	57
		% within Krant	,0%	91,2%	,0%	,0%	8,8%	,0%	100,0%
		% within Plaatsing	,0%	22,0%	,0%	,0%	100,0%	,0%	22,0%
		% of Total	,0%	20,1%	,0%	,0%	1,9%	,0%	22,0%
	Het Laatste Nieuws	Count	4	78	1	0	0	1	84
		% within Krant	4,8%	92,9%	1,2%	,0%	,0%	1,2%	100,0%
		% within Plaatsing	36,4%	33,1%	100,0%	,0%	,0%	25,0%	32,4%
		% of Total	1,5%	30,1%	,4%	,0%	,0%	,4%	32,4%
	Het Belang van Limburg	Count	7	106	0	2	0	3	118
		% within Krant	5,9%	89,8%	,0%	1,7%	,0%	2,5%	100,0%
		% within Plaatsing	63,6%	44,9%	,0%	100,0%	,0%	75,0%	45,6%
		% of Total	2,7%	40,9%	,0%	,8%	,0%	1,2%	45,6%
Total	Count	11	236	1	2	5	4	259	
	% within Krant	4,2%	91,1%	,4%	,8%	1,9%	1,5%	100,0%	
	% within Plaatsing	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	% of Total	4,2%	91,1%	,4%	,8%	1,9%	1,5%	100,0%	

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	27,213 ^a	10	,002
Likelihood Ratio	28,647	10	,001
Linear-by-Linear Association	1,446	1	,229
N of Valid Cases	259		

a. 14 cells (77,8%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,22.