



Faculteit Taal & Letteren
Studiegebied toegepaste taalkunde
Master in de journalistiek

De gemeenteraadsverkiezingen in de regionale katernen

Een vergelijkend onderzoek tussen
Het Nieuwsblad en Het Laatste Nieuws

Masterproef aangeboden door
Tinne VAN GOIDSENHOVEN
tot het behalen van de graad van
Master in de journalistiek

Promotor: Rozane DE COCK
Academiejaar 2012 – 2013

Voorwoord

Samen met dit werk sluit ik een afwisselend, boeiend en leerrijk masterjaar af. In het begin van dit schooljaar had ik wat moeite met het multitasken. We kregen heel wat tussentijdse opdrachten en deze masterproef er nog eens bij. Maar oefening baart kunst. Deze masterproef is het bewijs dat ik die vaardigheid nu toch onder de knie heb.

Tijdens mijn traject kreeg ik veel steun van mijn promotor Rozane De Cock. Bij deze wil ik haar dan ook bedanken. Zij zette me van in het begin op de goede weg. Als ik vragen had, kon ik steeds bij haar terecht. Ze stuurde me eveneens bij waar nodig.

Ik wil tevens mijn dank betuigen aan mijn vriend Tim en mijn mama om mijn teksten na te lezen. Ook mijn papa, schoonouders, broer en zus wil ik bedanken omdat ze naar me luisterden en interesse toonden als ik – alweer - over het onderwerp sprak.

Ten slotte hoop ik dat mijn masterproef een inspiratie kan zijn voor studenten die de (gemeente)politiek in de krant willen bestuderen. Ik vond het alvast een interessant onderwerp.

Holsbeek, 12 mei 2013

Tinne Van Goidsenhoven

Persartikel

Het Laatste Nieuws en Het Nieuwsblad schrijven anders over gemeenteraadsverkiezingen

Hoewel Het Laatste Nieuws en Het Nieuwsblad allebei bestempeld worden als populaire dagbladen, publiceerden ze naar aanloop van de verkiezingen op 14 oktober 2012 een verschillende regionale berichtgeving. Het Laatste Nieuws focuste op het onderlinge duel tussen politici en partijen en publiceerde grote artikels, Het Nieuwsblad koos eerder voor luchtig verkiezingsnieuws en grote foto's.

Lezers van Het Laatste Nieuws werden op een andere manier geïnformeerd over de lokale verkiezingen dan lezers van Het Nieuwsblad. Zo blijkt uit de masterproef van Tinne Van Goidsenhoven, studente journalistiek aan de HUB (Hogeschool-Universiteit Brussel). Ze analyseerde 280 regionale verkiezingsberichten: 142 uit Het Laatste Nieuws, 138 uit Het Nieuwsblad.

Het Laatste Nieuws kiest voor conflicten, Het Nieuwsblad voor luchtige nieuwtjes

Het Laatste Nieuws schreef in haar regionale berichtgeving veel wedstrijdachtige verkiezingsberichten ('horse race'), waarin het onderlinge duel tussen politici en partijen centraal staat. "Het is dan ook niet verwonderlijk dat de verkiezingsberichtgeving in Het Laatste Nieuws conflictueuzer was dan deze van Nieuwsblad," aldus Tinne Van Goidsenhoven.

In het Nieuwsblad kwam in de plaats van 'horse race', meer 'hoopla' aan bod. Hoopla is het officiële label voor zacht politiek nieuws, waartoe artikels over campagne-events en persoonlijke berichten over politici behoren. **"Toch is de kritiek dat lezers van populaire kranten te weinig kwalitatief nieuws meekrijgen, niet terecht,"** zegt de studente. "Want ondanks het aanzienlijke aandeel horse race en hoopla, primeerde in beide kranten de inhoud. Zowel in Het Laatste Nieuws als in Het Nieuwsblad gingen de meeste artikelen over het huidige of toekomstige bestuursbeleid, de inhoudelijke standpunten van politieke actoren of de beleidsthema's."

"Ik ging ervan uit dat Het Nieuwsblad nog iets kwaliteitsvoller zou schrijven dan Het Laatste Nieuws en dus vaker voor achtergrondbeschouwingen en verkiezingsrubrieken zou kiezen dan Het Laatste Nieuws," gaat de studente verder. "Maar dat bleek slecht gedeeltelijk waar te zijn. Het Nieuwsblad schreef inderdaad meer achtergrondbeschouwingen, maar Het Laatste Nieuws koos onverwacht zes keer zo vaak voor een verkiezingsrubriek als Het Nieuwsblad. Opvallend is ook dat achtergrondverhalen en foto-onderschriften enkel door Het Nieuwsblad werden gebruikt. Het opiniestuk kwam dan weer enkel voor bij Het Laatste Nieuws."

Het Nieuwsblad zet politici op foto's

De verkiezingsberichten in Het Laatste Nieuws waren gemiddeld 50 cm² groter dan deze van Het Nieuwsblad. Het Nieuwsblad verraste wel met grotere foto's. Op de foto's van Het Nieuwsblad stond veel vaker een politicus dan bij Het Laatste Nieuws. Volgens de

journaliste in spe wijst dit op de commerciële ingesteldheid van de krant: “Het is een belangrijk kenmerk van de moderne – meer commerciële – media om verhalen rond één persoon, in dit geval een politicus, uit te werken. Het verhaal wordt zo meer bevattelijk. En zeker in het geval van politieke informatie is dat niet onbelangrijk.”

Opmerkelijk is eveneens dat beide kranten een andere evolutie doorliepen naar de verkiezingsdag toe. Het Laatste Nieuws schreef haar meeste verkiezingsberichten drie weken voor de stembusgang. Het Nieuwsblad piekte een week later, in de voorlaatste week voor de verkiezingen. Bovendien maakten beide kranten een tegenovergestelde beweging: wanneer de ene piekte, kende de andere haar dieptepunt. Daarnaast fluctueerde Het Nieuwsblad zeer sterk, terwijl Het Laatste Nieuws zeer gelijkmatig haar verkiezingsnieuws bracht.

Burgemeestersbonus

Het Nieuwsblad en Het Laatste Nieuws verschilden niet op alle vlakken. Zo besteedden beide kranten meer aandacht aan de huidige burgemeesters dan aan andere politieke actoren. In drie op vijf gevallen werden deze populaire actoren opnieuw burgemeester.

Toch lijkt de invloed van kranten op het stemgedrag beperkt. De politici en partijen met de meeste aandacht in de kranten kregen niet vanzelfsprekend de meeste stemmen. Voor 65% van de gemeentes gold dat er geen weerspiegeling was van de persaandacht in de verkiezingsuitslag.

De kranten hielden ook geen rekening met de grootte van de gemeentes. Enkel de twee grootste gemeenten (met het meest aantal inwoners) kregen ook de meeste aandacht; voor de andere gemeenten gold deze systematiek niet. “Andere factoren, zoals de nieuwswaarde van het artikel en de nieuwsselectieprocessen op de redactie zullen meer doorwegen.”

Volledig ontzuid

Zowel Het Nieuwsblad als Het Laatste Nieuws fungeren niet langer als spreekbuis voor hun oorspronkelijke zuilpartij. Het Nieuwsblad schreef niet meer over een liberale partij, Het Laatste Nieuws schreef niet meer over een christendemocratische partij. Toch is het noemenswaardig dat Het Nieuwsblad tien keer zo vaak CD&V – haar zuilpartij – in de krantenkoppen vermeldde dan Het Laatste Nieuws.

Inhoudsopgave

Voorwoord	3
Persartikel	5
Inhoudsopgave	7
1 Inleiding	11
2 Literatuuroverzicht	15
2.1 De moderne politieke campagne	15
2.2 De medialogica: als fase en als concept	16
2.3 De politieke berichtgeving in transitie	21
2.3.1 Hoopla, horse race en interpretatie verdringen inhoud	22
2.3.2 Columns en verkiezingsrubrieken zorgen voor amusement	26
2.3.3 De opkomst van het beeld.....	26
2.3.4 Personalisering in opmars	27
2.4 Invloed media op stemgedrag	32
2.5 Lokaal (politiek) nieuws in de regionale pers	36
3 Onderzoeksdoel	41
4 Methodologie	43
5 Onderzoeksvragen en hypotheses	47
5.1 De kranten als onafhankelijke actor	47
5.2 De kranten als commerciële en centrale actor	49
5.3 De kranten als dominante actor	54
6 Resultaten	55
6.1 De kranten als commerciële en centrale actor.....	55
6.1.1 Aandacht verkiezingscampagne.....	55
6.1.1.1 Aantal artikelen	55
6.1.1.2 Grootte artikelen.....	59
6.1.2 Aard berichtgeving.....	60

6.1.2.1	Onderwerp één, twee en drie.....	60
6.1.2.2	Interpretatie en informatie achter de schermen	68
6.1.2.3	Conflicten.....	71
6.1.3	Soort berichtgeving.....	73
6.1.4	Lay-out berichtgeving.....	74
6.1.5	Personalisering.....	76
6.1.5.1	Personalisering in krantenkop.....	76
6.1.5.2	Personalisering in tekst.....	77
6.1.5.3	Personalisering op foto's.....	79
6.2	De kranten als onafhankelijke actor.....	82
6.2.1	Politieke partijen in krantenkop.....	82
6.2.2	Politieke partijen in tekst.....	84
6.3	De kranten als dominante actor.....	86
6.3.1	Aandacht gemeente vs. grootte gemeente.....	86
6.3.1.1	Rangordes.....	87
6.3.1.2	Afwijkingen tegenover het gemiddelde	89
6.3.2	Aandacht politici en politieke partijen vs. verkiezingsuitslagen	91
6.3.2.1	Arendonk.....	91
6.3.2.2	Baarle-Hertog.....	92
6.3.2.3	Balen.....	92
6.3.2.4	Beerse.....	93
6.3.2.5	Dessel.....	94
6.3.2.6	Geel.....	94
6.3.2.7	Grobbendonk.....	95
6.3.2.8	Herentals.....	95
6.3.2.9	Herenthout.....	96
6.3.2.10	Herselt.....	96

6.3.2.11	Hoogstraten	97
6.3.2.12	Hulshout	97
6.3.2.13	Kasterlee.....	98
6.3.2.14	Laakdal	98
6.3.2.15	Lille	99
6.3.2.16	Meerhout	99
6.3.2.17	Merksplas	100
6.3.2.18	Mol	100
6.3.2.19	Olen	101
6.3.2.20	Oud-Turnhout.....	101
6.3.2.21	Ravels	102
6.3.2.22	Retie	102
6.3.2.23	Rijkevorsel	103
6.3.2.24	Turnhout	103
6.3.2.25	Vorselaar	104
6.3.2.26	Vosselaar	105
6.3.2.27	Westerlo	105
6.3.2.28	Brecht	106
6.3.2.29	Kalmthout.....	107
6.3.2.30	Wuustwezel.....	107
6.3.2.31	Zoersel.....	108
6.3.2.32	Besluit aandacht politici en politieke partijen vs. verkiezingsuitslagen.....	108
7	Conclusie en discussie	111
	Literatuurlijst.....	117
	Bijlage 1: Codeboek	121
	Bijlage 2: Figuren.....	129
	Bijlage 3: Tabellen	135

1 Inleiding

Op 15 oktober 2012 kopte Het Laatste Nieuws: “Eén grote triomf: N-VA uit het niets winnaar in 46 gemeenten”. Ook de meeste andere Vlaamse kranten hadden slechts één boodschap voor hun lezers: N-VA had Vlaanderen veroverd. Het Belang van Limburg zette echter een ‘maar’ achter de zegetocht van N-VA: “Partij De Wever veegt alles weg in Vlaanderen, maar winnaar mag niet meedoen in Limburg”.

De Wever botste op de beperkingen van een lokale verkiezing. In elke gemeente gelden andere wetten en normen. Een kiezer in het Limburgse Bree heeft andere politieke zorgen dan een kiezer in het Antwerpse Berchem. De Breese inwoners lagen waarschijnlijk minder wakker van de Antwerpse strijd tussen Patrick Janssens (sp.a-CD&V) en Bart De Wever (N-VA), dan het reilen en zeilen in hun eigen gemeente. Om goed geïnformeerd naar de stembus te trekken, konden de inwoners van Bree dan ook beter naar de lokale televisie kijken en de regionale katernen doornemen.

Een ander verschilpunt met de federale verkiezingen is dat de kiezer bij lokale verkiezingen zich meer laat leiden door persoonlijke ervaringen met een regionale politicus. Inwoners stemmen vaker voor een kandidaat die ze kennen, waar ze regelmatig face-to-face contact mee hebben. Toch wordt ook op lokaal niveau de rechtstreekse band van het volk met de politiek steeds zwakker. De vervaagde band zorgt ervoor dat kiezers hun stemintenties meer laten hangen van wat er over een partij of politicus in de media wordt geschreven of verteld. De rol die de media tijdens de verkiezingsperiode spelen, valt niet te ontkennen (Dalton & Wattenberg, 2000; De Swert & Walgrave, 2002; Swanson & Mancini, 1996; Van Aelst, 2006).

Om de democratie niet in het gedrang te brengen, is het cruciaal dat het volk voldoende en correcte informatie ontvangt over de (regionale) politiek en de (regionale) verkiezingen (Swanson & Mancini, 2006). Aangezien die informatie meer dan ooit verspreid wordt via nieuwsmedia, is het relevant om nieuwsmedia tijdens deze periode te bestuderen. In het Westen is al veel onderzoek verricht naar de journalistieke berichtgeving tijdens verkiezingsperioden (o.a. Norris, Curtice, Sanders, Scammell, Semetko, 1999; Semetko, 1996; Swanson & Mancini, 1996). In België, waaronder

Vlaanderen, is wetenschappelijk materiaal over de massamedia in verkiezingstijd echter beperkt. “De media zijn misschien de meest besproken, maar zeker niet de meest onderzochte institutie in dit land,” dixit Van Aelst (2006, p. 5). Vooral naar de rol die de Vlaamse media tijdens deze ‘speciale’ periode spelen, is nog niet veel onderzoek verricht (Van Aelst, 2006). Specifiek onderzoek over de berichtgeving in de regionale pers naar aanloop van de verkiezingen is zelfs onbestaand. Gezien de gemeenteraadsverkiezingen net voorbij zijn, leek het dan ook een uitgelezen kans om deze lacune op te vullen.

Vermits de betaalde regionale pers zich in Vlaanderen beperkt tot de regionale katernen van de nationale kranten, kozen we ervoor om twee kranten te vergelijken met een gelijkaardige interesse voor regionaal nieuws, namelijk Het Laatste Nieuws en Het Nieuwsblad. Beide kranten bevinden zich op dezelfde “downmarket” (De Bens & Raeymaeckers, 2007, p. 312) waardoor hun berichtgeving goed vergelijkbaar is. Bovendien vertegenwoordigen ze twee traditionele nieuwsstromen – Het Laatste Nieuws fungeerde in de jaren vijftig als spreekbuis voor de liberalen, Het Nieuwsblad voor de christendemocraten – waardoor eveneens de mate van verzuiling onderzocht kan worden. Een inhoudsanalyse leek ons de meest geschikte methode om beide kranten te vergelijken. Ons corpus is samengesteld uit alle verkiezingsberichten uit de regionale katern ‘Antwerpen-Kempen’, die tijdens de vier weken voor de stembusgang door de journalisten van Het Nieuwsblad en Het Laatste Nieuws werden geschreven.

Omdat Van Aelst (2006) in zijn onderzoek aangaf dat het bepalen van de toon van verkiezingsberichtgeving zeer subjectief is, hebben we ervoor gekozen om ons onderzoek enkel kwantitatief te houden. Vooral bij het lezen van de resultaten over de politieke onafhankelijkheid van de onderzochte kranten, moet met deze beperking rekening worden gehouden. Want minstens even belangrijk als de aandacht voor een partij of politicus, is de manier waarop (‘hoe’) er over een partij of politicus wordt geschreven; toch als we willen besluiten of Het Laatste Nieuws of Het Nieuwsblad een uitgesproken voorkeur heeft voor een partij of politici. Ook de wijze waarop we de dominante rol van de kranten onderzoeken, is beperkt. Voor dit aspect gaan we na in welke mate de artikels in beide kranten samenhangen met de verkiezingsuitslagen. We vergelijken hiervoor de aandacht voor de regionale politici en partijen met de uiteindelijke verkiezingsresultaten.

De centrale onderzoeksvraag van deze masterproef is:

Wat zijn de overeenkomsten en verschillen tussen de regionale verkiezingsberichtgeving in Het Laatste Nieuws en de regionale verkiezingsberichtgeving in Het Nieuwsblad naar aanloop van de gemeenteraadsverkiezingen in 2012?

In navolging van de medialogicatheorie van Van Aelst (2006) wordt deze vraag opgesplitst in acht deelvragen met betrekking tot de onafhankelijkheid, de commerciële houding en de dominantie van de kranten. De medialogicatheorie wordt uitgelegd in het eerste hoofdstuk, namelijk het literatuuroverzicht. De deelvragen en bijhorende hypothesen overlopen we in het vierde deel van deze masterproef. In het tweede hoofdstuk geven we ons onderzoeksdoel mee en in hoofdstuk drie leggen we uit hoe we te werk zijn gegaan (methodologie). Deel vijf bevat de resultaten. De resultaten worden eveneens volgens de indeling van de medialogica besproken. Eerst worden de resultaten met betrekking tot de commerciële houding behandeld, nadien volgen de resultaten respectievelijk wat betreft de onafhankelijkheid en de dominantie. De bijlagen ten slotte bevatten het codeboek en de figuren en tabellen die te groot zijn om op te nemen in de tekst. Het corpus met alle onderzochte artikelen alsook de SPSS-outputs en de datamatrix worden onder de vorm van een cd-rom toegevoegd aan deze masterproef.

2 Literatuuroverzicht

2.1 *De moderne politieke campagne*

Wetenschappers zijn het erover eens dat de manier waarop partijen en politici campagne voeren afgelopen decennia aanzienlijk is veranderd (o.a. Norris, Curtice, Sanders, & Scammell, Semetko, 1999; Schmitt-Beck & Farrell, 2005; Swanson & Mancini, 1996). De media hebben in de moderne campagne een centralere rol opgeëist. Onder andere de personificatie van de politiek en de opkomst van marketing- en communicatie-experten zijn kenmerken van de “modern media-centered campaigning” (Swanson & Mancini, 1996, p. 252). Swanson en Mancini linken deze nieuwe manier van campagnevoeren aan twee andere ontwikkelingen. De eerste ontwikkeling betreft de afzwakking van politieke partijen. De traditionele vertrouwensband tussen stemmers en het partijapparaat is vervaagd. Een liberale bakker met een partijkaart van Open VLD die zich aansluit bij de liberale mutualiteit en enkel Het Laatste Nieuws leest uit ideologisch principe, is niet meer van deze tijd. Dalton en Wattenberg (2000, p. 276) zeggen dat zulke gevallen nog wel voorkomen, maar dan toch in mindere mate: “Certainly there are still many voters who are motivated by partisan attachments, but there are fewer of those individuals today”. De tweede ontwikkeling heeft te maken met de gewijzigde rol van de media. Zo hebben de media een autonome en onafhankelijke rol verworven. Een modern medium is niet meer verbonden aan één partij en hanteert haar eigen professionele en institutionele regels, waarbij het aantrekken van een zo groot mogelijk publiek doorslaggevend is. Politici moeten zich voortaan aan die regels houden, willen ze in het nieuws opgenomen worden. Swanson en Mancini omschrijven deze ontwikkeling als volgt:

It seems to be the case nearly everywhere that mass media have developed their own “media logic” for covering political campaigns, with news values and interpretative frames that are thought to best serve the need to attract and hold an audience in a competitive media environment. (p. 251)

De wetenschappers verwijzen naar het begrip ‘media logic’ van de grondleggers Altheide en Snow (1979) en Mazzoleni (1987), maar veel meer dan verwijzen, doen ze niet. Van Aelst (2006) daarentegen operationaliseerde het begrip voor zijn onderzoek naar de rol die de Vlaamse media speelden tijdens de federale verkiezingen in 2003. In navolging

van de Nederlanders Van Praag en Brants (2000) benadert hij de “medialogica” niet enkel als een concept, maar tevens als een fase.

2.2 De medialogica: als fase en als concept

Altheide en Snow omschrijven in 1979 de ‘media logic’ als een logica die de media hanteren om een sociaal fenomeen bevattelijk te maken voor het publiek. De ontvanger zal deze logica niet per se overnemen. Elke lezer of kijker gebruikt een eigen systeem om een sociaal fenomeen te begrijpen. Dit verklaart waarom niet alle mensen stemmen op de politicus met de meeste media-aandacht (p. 10). Altheide en Snow gebruiken als synoniemen voor ‘media logic’ ook nog ‘system’, ‘process’ en ‘form of communication’. Uit de bovenstaande omschrijving lijkt het ons echter vooral te gaan om framing, waarbij zowel de ontvanger als de zender de werkelijkheid in een kader plaatst en dus enkel die elementen belicht die voor hem/haar belangrijk zijn (Van Gorp, 2006).

Altheide en Snow beklemtonen het belang van het format, dat samen met het soort medium, invloed zal hebben op de vorm van de communicatie. Mediums zijn bijvoorbeeld televisie, radio en kranten. Nieuws in de krant is niet hetzelfde als nieuws op de radio of op tv. De drie mediums hebben hun eigen systeem, hun eigen logica. Dit geldt eveneens voor de formats. Voorbeelden van formats zijn nieuws, komedie of drama. Nieuws is anders gestructureerd en legt andere klemtonen dan komedies en drama’s. Daarnaast verschilt ook hun taalregister. Al deze zaken helpen bij het kaderen en dus ook interpreteren van een situatie.

Altheide en Snow stellen dat de medialogica consequenties met zich meebrengt voor haar omgeving. De wetenschappers noemen al deze gevolgen samen de mediacultuur. Voetbalregels zijn bijvoorbeeld veranderd om beter in een televisieformat te passen. Ook in andere contexten, zoals de politiek, heeft de medialogica invloed. Als de kranten plots felle kritiek gaan uiten op de kledingstijl van een bepaalde politicus, dan kan het wel eens zijn dat de arme man na enkele weken zijn garderobe verandert. Altheide en Snow komen tot de conclusie dat de media binnen de politieke wereld een enorme macht hebben verworven. Aangezien de media een politicus en/of partij kunnen maken of kraken, passen politici hun gedrag nu aan om te voldoen aan de wetten van de media. Ondanks de nieuwe inzichten binnen de (politieke) communicatiewetenschappen, stelt

Van Aelst (1996, p. 24) de betrouwbaarheid en geldigheid van het onderzoek van Altheide en Snow in vraag: “De auteurs vallen ons inziens al te vaak in een (onbewezen) almachtig media denken en een eenzijdig pessimistische visie op de invloed van de media ten aanzien van de politiek” (Van Aelst, 1996, p. 24).

De Italiaan Mazzoleni (1987) krijgt minder kritiek. De wetenschapper trachtte als eerste de medialogica te operationaliseren. Voor zijn onderzoek naar de rol van de media in de Italiaanse verkiezingen van 1983 splitste hij de medialogica op in drie delen. Van Aelst (2006) neemt deze indeling over, maar legt de verschillende componenten meer uitgebreid en eenduidig uit. Drie adjectieven - (politiek) onafhankelijk, commercieel en dominant – bepalen de classificatie. De medialogica veronderstelt in de eerste plaats dat de media een politiek onafhankelijke actor zijn geworden. De media hangen anders gezegd niet langer af van een bepaalde politieke zuil zoals in de jaren ‘40 en ‘50 in Vlaanderen wel duidelijk het geval was (Van Aelst, 1996, p. 68). In de tweede plaats veronderstelt de medialogica dat de media hun inhoud en formats bepalen in functie van hun publiek: De media willen een zo groot mogelijk publiek aanspreken en dat beïnvloedt de aard van de berichtgeving. Er is bijvoorbeeld een grotere focus op persoonlijkheden en amusement. Daarnaast is er ook meer plaats voor interpretatie: Journalisten ‘helpen’ het publiek om een feit te kaderen en dus te begrijpen. Het publiek wordt meer gestuurd. Het laatste luik betreft de dominantie. De medialogica veronderstelt dat de media zo dominant zijn geworden dat ze de politieke en publieke agenda (en indirect het stemgedrag) beïnvloeden en zelfs bepalen.

Zonder het te benoemen, laat Mazzoleni (1987) uitschijnen dat de medialogica als een fase beschouwd kan worden waarnaar de verschillende media geleidelijk evolueren. Brants en Van Praag (2000) gaan hier verder op in en delen de geschiedenis van de Nederlandse pers op in drie fases met de medialogica als eindfase. De fases hangen telkens af van de rol die de media spelen binnen de maatschappij en dit in relatie tot de politieke wereld. De eerste fase betreft de ‘partisan logic’ en “verwijst naar de hechte band tussen kranten en partijen in de 19^{de} en 20^{ste} eeuw [in West-Europa] en de functie die veel kranten vervulden in de emancipatie en de politieke socialisatie van het electoraat” (Brants en Van Praag, 2000, p. 6). Het is dus de periode van de verzuiling, toen de meeste kranten en omroepen als spreekbuis voor de met hun zuil verbonden

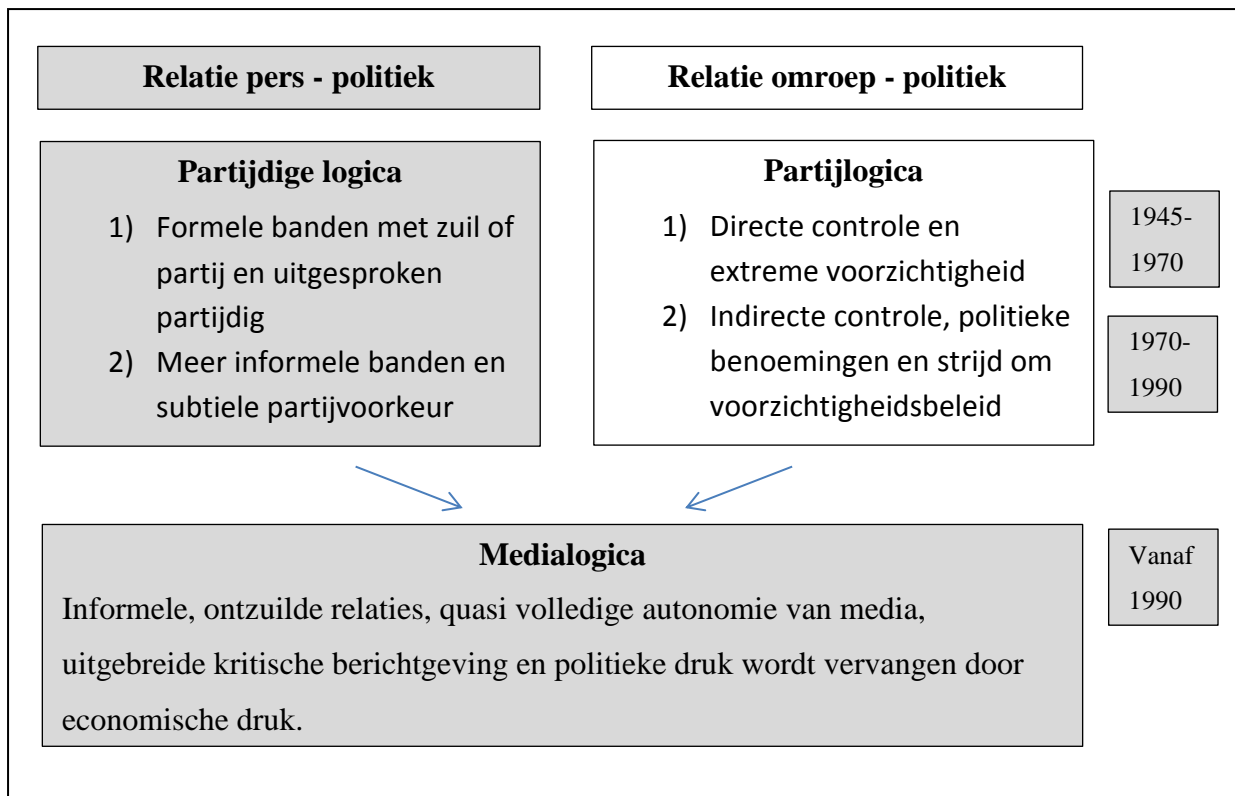
politieke partij fungeerden. Rond de jaren zeventig werd de ‘partisan logic’ in Nederland vervangen door een ‘party logic’. In deze fase staat niet meer de politieke partij, maar wel de publieke zaak centraal. De media maken zich stilaan los van hun zuil en de berichtgeving is nu gericht op de voorlichting van het publiek. De keuze van de term ‘party logic’ heeft te maken met de respectvolle houding van de media tegenover alle politieke partijen. De media probeerden namelijk om zo bescheiden mogelijk - zonder veel commentaar en interpretatie - over het politieke gebeuren te berichten om het politieke systeem en het democratisch proces niet in het gedrang te brengen. Vanaf de jaren negentig breekt in Nederland de ‘media logic’ door.

Van Brants en Praag (2000) omschrijven de medialogica in grote mate zoals Van Aelst (2006), al leggen ze de klemtonen anders. Ze benadrukken voornamelijk de rol die de journalistiek speelt, de groep met wie de media zich identificeren en de groep die de politieke agenda bepaalt. Zo stellen de Nederlanders dat de media zich in de medialogicafase identificeren met hun publiek; ze communiceren die items waarvan ze denken dat het publiek ze belangrijk acht en leuk vindt. Van Aelst gebruikt hiervoor het adjectief ‘commercieel’: de commerciële functie van de media is belangrijk. Van Brants en Praag omschrijven de medialogica verder als een fase waarin de politiek afhangt van de nieuwsselectiecriteria en de routines van de media. Van Aelst benoemt deze tendens als volgt: de media zijn een centrale en dominante actor geworden. Ten slotte vermelden Van Brants en Praag de afstandelijkheid, het wantrouwen of zelfs het cynisme van de media ten opzichte van de politiek. Van Aelst spreekt hier over de onafhankelijkheid van de media. De media fungeren niet meer als spreekbuis voor de media. Net het omgekeerde is waar. Ze gaan tegen hen in. Ze doorzien dat de politici hun handelingen en activiteiten aanpassen en zelfs manipuleren om in het nieuws te worden opgenomen. Politici en journalisten strijden bijgevolg voortdurend om de agenda te bepalen (Brants & Van Praag, 2000; Mancini, 1996; Norris et al., 1999): “Modern campaign practices can be conceived as enmeshed in a struggle between politicians and journalists to control the campaign agenda” (Swanson & Mancini, 1996, p. 273). Hoewel de ideale medialogica veronderstelt dat de media de bovenhand halen op de politici, is het merendeel van de onderzoekers het hier niet mee eens. Ze gaan dus niet akkoord met de stelling van Altheide en Snow (1985), de grondleggers van de medialogica, dat de media zo machtig zijn geworden dat ze – in hun eentje - de verkiezingsagenda bepalen.

Van Aelst (1996) onderzocht of de ideaaltypische driedeling van Brants en Van Praag ook voor Vlaanderen opging. Hij kwam tot de conclusie dat er enkele cruciale verschillen zijn die zich op het niveau van het medium voordoen. Doordat in Nederland een ander – uniek – systeem van omroepen geldt dan in België (en dan in de meeste andere Europese landen)¹, heeft de omroep zich bij ons anders dan in Nederland ontwikkeld. Het resultaat is dat de partijdige logica opgaat voor de pers, maar niet voor de omroep en dit visa versa voor de partijlogica. De partijdige en partijlogica speelden zich in Vlaanderen naast elkaar af. Beide logica's evolueerden uiteindelijk naar de medialogica, waar de banden met de politiek definitief werden doorbroken. Een tweede fundamenteel verschil met de noorderburen is dat dit proces trager verliep dan in Nederland.

Figuur 1 (p. 20) geeft de relatie tussen media en politiek in Vlaanderen schematisch weer en dit doorheen de tijd. Aangezien we in dit onderzoek enkel de pers zullen behandelen, werden de partijdige logica (relatie pers en politiek) en de medialogica in het schema gearceerd. Bij de partijdige logica dient te worden opgemerkt dat in de tweede fase, namelijk vanaf 1970, de banden met de politiek losser worden en de voorkeur voor een bepaalde partij in de berichtgeving minder opvalt. Dagbladen zijn subtieler in hun schrijven en gaan bovendien meer aandacht hebben voor andere politieke partijen. De medialogica wordt niet enkel gekenmerkt door een ontzuiling van de pers, met een kritische opstelling tegenover de politici als gevolg; ze wordt eveneens getypeerd door een commerciële ingesteldheid, waardoor de onafhankelijkheid van de politici niet langer door de politiek maar door de 'commerce' onder druk komt te staan.

¹ Nederland koos niet voor een monopolie van de publieke omroep onder toezicht van de politiek, maar wel voor een verdeling van de zendtijd onder verzuilde omroepen (Van Aelst, 2006, p. 95).



Figuur 1. Schematische voorstelling van de historische relatie tussen media en politiek (cf. Van Aelst, 2006, p. 97)

Net als de driedeling van Brants en Van Praag, is ook die van Van Aelst (1996) een ideale voorstelling van de werkelijkheid. De conclusie van Van Aelsts onderzoek van 2006 geeft duidelijk aan dat de medialogica in België nog niet volledig is doorgesijpeld. De media speelden een onafhankelijke en centrale rol tijdens de verkiezingen van 2003, maar hun commerciële en dominante rol wordt minder, respectievelijk nauwelijks onderschreven. Dat de media nog niet zo commercieel ingesteld zijn als verondersteld, blijkt uit de aard van de berichtgeving. De media schrijven nog steeds in hoofdzaak feitelijke nieuwsberichten. Berichten zijn niet inhoudsloos en overdreven gepersonaliseerd zoals in Amerika en Engeland wel steeds vaker het geval is. De dominantie van de media is beperkt bij het bepalen van de politieke en publieke agenda (en indirect het stemgedrag). Van Aelst besluit dat de Vlaamse media nog steeds binnen de laatste logica aan het evolueren zijn en dat het eindpunt dus nog niet werd bereikt.

2.3 De politieke berichtgeving in transitie

De laatste jaren is er een heuse verandering in het medialandschap aan de gang: De mediamarkt verandert van een aanbodmarkt naar een vragersmarkt, waarbij de concurrentie om de aandacht van het publiek centraal staat (Broersma, 2003). Deze verandering zorgt ervoor dat de functie van de berichtgeving in de kranten verandert. Om zoveel mogelijk lezers voor zich te winnen wordt de informatiefunctie steeds vaker vervangen door een interpretatie- en amusementsfunctie (Lindhout & Van Praag, 2000). Deze evolutie wordt door Van Aelst (2006) in navolging van Altheide en Snow (1979) als deel van de medialogica bestempeld, waarbij de inhoud zich moet aanpassen aan het format – voornamelijk een entertainmentformat. Deze trend zet zich eveneens door in de politieke berichtgeving, in het bijzonder tijdens verkiezingsperioden. Kijken we naar de aard van de berichtgeving dan zien we dat het inhoudelijk nieuws overschaduwd wordt door de strijd tussen politici, resultaten van opiniepeilingen en campagnestrategieën. Overigens hebben journalisten meer oog voor blunders van kandidaten dan dat ze ingaan op wat de politici inhoudelijk te zeggen hebben (Swanson & Mancini, 1996, p. 273).

Volgens Swanson en Mancini (1996) is de gewijzigde berichtgeving eerder een gevolg van de ruimere modernisering dan enkel de veranderende mediamarkt. Met het concept ‘modernization’ verwijzen de politicologen naar de veranderingen in een maatschappij die niet meteen aan één oorzaak kunnen worden toegeschreven en verder gaan dan politiek en communicatie. Zo is in moderne democratieën de verkiezingscampagne allesbehalve hetzelfde dan vijftig jaar geleden. Eén van de kenmerken van de moderne campagne is de centrale rol en de hieraan gekoppelde macht en autonomie die de massamediacommunicatie heeft verworven. De moderne media zijn invloedrijker en onafhankelijker dan vroeger en hanteren nu hun eigen regels om te bepalen of iets al dan niet in het nieuws komt. Dit heeft tot gevolg dat steeds meer politieke partijen en politici beroep doen op marketing- en public-relationsspecialisten om de autonome media te bespelen (lees: te manipuleren). Het resultaat is een voortdurende strijd tussen politici en journalisten om de agenda te bepalen. Terwijl politici de wetten van de media proberen te overstijgen door hapklare brokken of ‘soundbites’ door te sturen en pseudo-events te organiseren, doen de journalisten er alles aan om deze manipulaties te ondermijnen. Dit doen ze door de doorgestuurde informatie te negeren of er op die manier over te berichten dat de manipulatie duidelijk opvalt zodat de politicus uiteindelijk toch negatief in beeld

komt. Hierop reageert de politicus (of zijn in dienst genomen expert) opnieuw, enz. Een ‘never-ending-story’ of anders gezegd een spiraal die zichzelf blijft voeden. De berichtgeving wordt zo inhoudsloos. De nadruk op het schouwspel, een ander kenmerk van de moderne campagne, heeft er eveneens voor gezorgd dat wanneer journalisten over politieke issues berichten, ze eerder het spektakel dan de inhoud van het politiek event of de verwezenlijking van een politiek doel belichten (Swanson & Mancini, 1996, p. 16).

2.3.1 Hoopla, horse race en interpretatie verdringen inhoud

Lindhout en Van Praag (2000, p. 86-87) beschrijven de evolutie naar een minder inhoudelijke en meer interpreterende en entertainende berichtgeving in de inleiding van hun krantenonderzoek met betrekking tot de Nederlandse verkiezingen in 1998. Ze gaan na of deze tendens zich doortrekt in de politieke berichtgeving. Dit doen ze door het verkiezingsnieuws op te splitsen in inhoudelijk nieuws, *hoopla*- en *horse race*-berichten. Van Aelst (2006) neemt deze indeling over. In zijn uitgebreide literatuuroverzicht associeert hij hoopla met de meer vertrouwde termen *soft news*, *infotainment* en *tabloidisering*. Zo komt hij tot een bevattelijke definitie van het hoopla-nieuws: “niet-inhoudelijke [politieke] berichtgeving met een hoog entertainmentgehalte” (p. 4). Hieronder vallen de niet-inhoudelijke events van politieke partijen en de persoonlijke eigenschappen van een kandidaat (Lindhout & Van Praag, 2000, p. 98). Volgens vele buitenlandse onderzoekers, waaronder de kritische Amerikaanse onderzoeker Patterson (2000), verdrukt dit lichtere type nieuws samen met de horse-race berichtgeving het inhoudelijke – meer harde - nieuws.

Een synoniem voor horse-race is wedstrijdnieuws. In ‘wedstrijdachtige’ verslaggeving ligt de nadruk op de strijd tussen politici en partijen en de strategie die ze hanteren om zoveel mogelijk stemmen te ronselen. Het veelvuldige gebruik van opiniepeilingen valt eveneens onder horse race (Lindhout en Van Praag, 2000; Van Aelst, 2006). Zowel Lindhout en Van Praag als Van Aelst zien een causaal verband tussen de vele horse-raceberichten en de toegenomen voorkeur van kranten om te interpreteren. Een wedstrijdberichtgeving laat journalisten namelijk toe om een stempel te drukken op de campagne: “Bij dit soort berichten hebben ze een redelijke grote vrijheid en kunnen ze zich gemakkelijk van collega’s onderscheiden” (Lindhout & Van Praag, 2000, p. 101).

Van Praag en Brants (2000) verwachtten dat de verkiezingsverslaggeving net zoals in Amerika overheerst wordt door een interpreterende journalistiek, waarin journalisten een centrale rol innemen en bepalen waar het in de campagne over gaat. Kenmerken van deze vorm van journalistiek zijn weinig oog hebben voor het inhoudelijke, dus veel horse race en hoopla, het gebruik van conflictframes en een negatieve en cynische benadering van het politieke proces (Van Praag & Brants, 2000, p. 247). Uiteindelijk komen ze tot de conclusie dat de mate van interpretatie in Nederland, in tegenstelling tot de Angelsaksische landen, (nog) beperkt is. Het interpretatieve uit zich dus voornamelijk in het toegenomen aantal journalisten die interesse heeft in horse-raceberichten. De Nederlandse media hebben verder niet minder aandacht voor het inhoudelijke en er is geen sprake van een uitgesproken cynische of negatieve ondertoon. Lichte ironie is de bovengrens.

Van Aelst (2006) besluit dat in Vlaanderen dit luik van de medialogica, waarbij journalisten een meer actieve en interpreterende rol gaan spelen, nog minder ingeburgerd is dan in Nederland en dan in de Angelsaksische landen. De berichtgeving over de verkiezingen van 2003 ging hoofdzakelijk over thema's en beleid (inhoud) en was vergeleken met de voorbije jaren niet overdreven negatief of conflictueus.. Toch valt de evolutie naar een meer uitgesproken medialogica, met de media als centrale actor, volgens Van Aelst niet te ontkennen. Net als in Nederland is de horse-raceberichtgeving toegenomen. Eén van de oorzaken ligt bij het groeiend aandeel van opiniepeilingen. Van Aelst voorspelt dat dit aandeel en bijgevolg ook de hoeveelheid wedstrijdberichten de komende jaren nog zal stijgen. Of dit ten koste zal gaan van inhoud of van hoopla, laat hij in het midden.

Scholten en Ruigrok (2006) onderscheiden in hun onderzoek² vier types politiek nieuws: conflictgeoriënteerd, issuenieuws, succes en falen, en evaluatie. Deze indeling komt in grote mate, maar dus niet helemaal, overeen met de indeling van Lindhout en Van Praag

² Scholten en Ruigrok (2006) onderzochten de politiek en politici in het nieuws, namelijk in vijf landelijke dagbladen. Hun rapport maakt deel uit van het project "De Nederlandse Nieuwsmonitor". Dit is een initiatief van de Stichting Het Persinstituut en heeft als doel de kwaliteit van de journalistiek in Nederland te verbeteren.

(2000) en Van Aelst (2006), namelijk inhoud, hoopla en horse race. Een eerste verschil is dat het conflictgeoriënteerde nieuws door Lindhout, Van Praag en Van Aelst apart bekeken wordt; ze beschouwen dit type nieuws als een afzonderlijke indicator. Dit komt omdat conflictnieuws zowel onder niet-inhoudelijk (horse race en hoopla) als onder inhoudelijk nieuws kan vallen. Een inhoudelijke tegenstelling tussen partijen en politici is bijvoorbeeld het openlijk bekritisieren van het beleid van de partij van de burgemeester. Een voorbeeld van een niet-inhoudelijke tegenstelling is in het geval van hoopla een persoonlijke aanval en in het geval van horse race onenigheid over de toekomstige coalitie (cf. Van Aelst, 2006, p. 173).

Een tweede verschil betreft de evaluatieve informatie. ‘Evaluatie’ wordt door Scholten en Ruigrok (2006, p. 41) omschreven als : “evaluaties over politici en/of partijen die niet door een andere politicus of partij gedaan zijn (dan is het conflictgeoriënteerd nieuws), maar toegeschreven kunnen worden aan de krant zelf”. Deze categorie komt niet voor bij Lindhout en Van Praag en Van Aelst.

Een derde verschil bij de indeling van de aard van de berichten heeft te maken met de labeling. Scholten en Ruigrok (2006) gebruiken de term ‘succes en falen’ in plaats van horse-race en issue in plaats van inhoud. Terwijl inhoud en issue nieuws inderdaad synoniemen zijn (bij beide ligt de klemtoon op beleid en thema’s), lijkt ‘succes en falen’ de *horse race*-berichtgeving niet volledig te dekken. In ‘succes en falen’ staat het succes of falen van politici of hun politieke partij centraal. Scholten en Ruigrok geven de voorbeelden “PvdA groeit in peilingen”, “Balkenende succesvol in debat” en “Zalm blundert met OZB” (p. 41). In een *horse race*-berichtgeving (Lindhout & Van Praag, 2000, p. 99) ligt de focus op de politieke en electorale strijd en de achtergronden van deze strijd. Hieronder vallen opiniepeilingen, electorale strategieën, coalitiemogelijkheden en commentaar op de electorale positie van de partij.

Het laatste verschil tussen beide indelingen betreft het *hoopla* nieuws waar bij Scholten en Ruigrok geen plaats voor is. We kunnen de indeling van Lindhout en Van Praag (2000) en Scholten en Ruigrok (2006) ten slotte samenvoegen tot: horse race, hoopla, inhoud (issue), conflict, en evaluatie.

Om een zicht te hebben op de aard van de politieke verkiezingsberichtgeving in de Vlaamse kranten zetten we de opvallendste resultaten uit het onderzoek van Van Aelst (2006) op een rijtje. In ongeveer de helft van de binnenlandse politieke krantenartikelen die in de zes weken voor de verkiezingen van 2003 verschenen, stond volledig of gedeeltelijk inhoudelijke politieke informatie. 27,7% van de berichtgeving was hoopla; iets minder, namelijk 22,5% betrof horse race. De overige artikelen handelden over de organisatie van de verkiezingen of vielen niet onder één van de voorbije categorieën. Zoals reeds vermeld, blijft de inhoudelijke politieke berichtgeving het in Vlaanderen dus goed doen. Opvallend is wel dat in de laatste week voor de verkiezingen het aandeel inhoudelijk nieuws afnam tot 39%, wat dan toch op een zekere medialogica wijst. De populaire en kwaliteitsvolle kranten³ verschilden nauwelijks op gebied van het aandeel inhoudelijk nieuws. De populaire kranten berichtten onverwacht lichtelijk meer inhoudelijk nieuws dan de kwaliteitskranten: De Morgen schreef het minst vaak (45,9%) en De Gazet van Antwerpen het vaakst (53,2%) politieke inhoud. Als we naar de absolute getallen kijken, dan schreven de kwaliteitskranten wel de meeste inhoudelijke berichten. Een groter verschil tussen de kranten deed zich voor bij de horse-raceberichtgeving. Zo schreven de kwaliteitskranten dubbel⁴ zo veel ‘wedstrijdberichten’ dan de populaire kranten. De intentie om meer interpretatieve berichten te schrijven en zo dus ook meer hun eigen stijl te hanteren lijkt daarmee het grootst bij de journalisten van De Morgen en De Standaard, toch als we de gedachtegang van de Nederlanders Lindhout en Brants (2000) volgen. Zij stellen dat horse race zich beter leent tot interpreterende journalistiek. De hoopla-berichtgeving ten slotte is het handelsmerk van Het Laatste Nieuws. De populaire krant onderscheidde zich van de rest door veel luchtig politiek nieuws te brengen (35,7%). Opmerkelijk is dat De Standaard het tweede meest deze strategie (29,7%) hanteerde. De Morgen en De Gazet van Antwerpen schommelden beide rond 20%.

³ De kranten De Standaard, De Morgen, Het Laatste Nieuws en De Gazet van Antwerpen worden vergeleken. De eerste twee kranten krijgen het label ‘eerder kwaliteit’, de laatste twee ‘eerder populair’.

⁴ In relatieve aantallen

2.3.2 Columns en verkiezingsrubrieken zorgen voor amusement

Niet alleen de aard van de berichtgeving, maar ook de soort verslaggeving is gewijzigd doordat journalisten meer focussen op amusement en interpretatie dan vroeger. Van Aelst (2006) codeerde de politieke artikels wat betreft de soort journalistiek (o.a. nieuwsbericht, column, achtergrondartikel,...), maar hij bespreekt deze variabele niet in zijn resultaten. Lindhout en Van Praag (2000) doen dit wel. In Nederland schrijven de kwaliteitskranten (NRC en Trouw) opvallend minder feitelijke nieuws dan de populaire dagbladen (De Telegraaf en het Algemeen Dagblad). De kwaliteitskranten kiezen in plaats van ‘gewone’ nieuwsberichten vaker voor achtergrondbeschouwingen en verkiezingsrubrieken dan populaire kranten. Kijken we over alle kranten heen, dan zien we dat slechts de helft van al het verkiezingsnieuws nog klassieke nieuwsberichten zijn. De andere helft van het verkiezingsnieuws bestaat hoofdzakelijk uit achtergrondbeschouwingen (16%), verkiezingsrubrieken (13,4%) en columns (6,4%). In de laatste twee soorten berichten kunnen journalisten meer interpretatief en amuserend schrijven dan in feitelijke nieuwsberichten. De columns lenen zich bij uitstek tot een amuserende en ‘zachte’ journalistiek: “Menig journalist en columnist leeft zich uit in sfeervolle, luchtige of badinerende stukjes over de campagne” (Lindhout en Van Praag, 2000, p. 108). Ondanks het feit dat een aantal verkiezingsrubrieken invulling geven aan de traditionele informatiefunctie of aan de interpretatiefunctie, hebben de meeste rubrieken een amusementskarakter. De tendens naar meer luchtig nieuws uit zich dus niet alleen in de gewijzigde aard van de berichtgeving, namelijk meer hoopla-nieuws, maar eveneens in de soort verkiezingsverslaggeving. De tendens naar een interpretatieve journalistiek beperkt zich daarentegen tot de aard van de berichtgeving, namelijk meer horse race, en uit zich dus niet of in mindere mate in columns en verkiezingsrubrieken.

2.3.3 De opkomst van het beeld

Televisienieuws valt en staat met de beschikbaarheid van beeld: “What is on the news depends on what can be shown” (Altheide, 1985, p. 114). Hoewel kranten minder afhankelijk zijn van beeldmateriaal – journalisten kunnen met enkel tekst de krant vullen – is ook het visuele aspect bij kranten aan belang toegenomen (Broersma, 2003; Van Aelst, 2006; Van Praag & Brants, 2000). In tegenstelling tot enkele decennia geleden kan een mooi beeld op zich al nieuws zijn. Deze ontwikkeling ligt in het verlengde van wat hiervoor al werd aangehaald: de (verkiezings)nieuwsberichtgeving is softer geworden en

wordt steeds meer bepaald door de belangen en interesses van het publiek. De opkomst van het beeld kan op die manier als kenmerk van de commerciële logica aanschouwd worden. Deze logica is op haar beurt weer onderdeel van de medialogica (Van Aelst, 2006).

Het belang van visualisering is sterk gelinkt met één bepaalde nieuwswaarde, namelijk personificatie (Van Aelst, 2006). Mensen lezen en zien nu eenmaal graag nieuwsverhalen die opgehangen zijn aan een persoon (Mazzoleni, 2000). Journalisten weten dit en maken handig gebruik van dit truukje om hun nieuwsberichten aantrekkelijk te maken. Ze laten een individu aan het woord en publiceren foto's of tonen beelden waarop de persoon centraal staat. De relatie tussen beelden en personificatie is van praktische aard: "Mensen laten zich beter fotograferen, in beeld brengen, interviewen, ... zijn kortom beter aangepast aan de wetmatigheden van de mediaverslaggeving" (Van Aelst, 2006, p. 179). In de volgende paragraaf wordt dieper ingegaan op het belang van personificatie in de politieke berichtgeving.

2.3.4 Personalisering in opmars

De personalisering of personificatie van de politiek is volgens Westerse onderzoekers (o.a. Mazzoleni, 2000; Poguntke & Webb 2005; Swanson & Mancini, 1996) het gevolg van de gebroken band tussen stemmers en het partijapparaat. Het vertrouwen die aanhangers in hun partij hadden, is zo goed als verdwenen, net als de ideologische band tussen beide. Deze ontwikkeling is verweven met het verlangen naar individualiteit, dat zijn oorsprong kent in de 20^{ste} eeuw (Mazzoleni, 2000). De keuze van het publiek begon steeds meer af te hangen van haar relatie met een individuele partijkandidaat. Politici "run on their own" schrijven Swanson en Mancini (1996, p. 14). Ze bedoelen hiermee dat politici hun eigen campagne, strategieën en financiële middelen gebruiken om kiezers voor zich te winnen. De media, zeker de televisie (Mazzoleni, 2000; Van Aelst, 2006; Lindhout & Van Praag, 2000), spelen hierop in door charismatische voorstellingen van politieke leiders te communiceren. Van een 'echte' trend kunnen we niet spreken omdat de politieke campagne altijd wel wat gepersonaliseerd is geweest, maar toch stelt men vast dat nu in alle moderne democratieën deze strategie in opmars is (Mazzoleni, 2000; Swanson & Mancini, 1996). Eén van de redenen hiervoor is dat personificatie als belangrijke nieuwswaarde geldt en dus past binnen de medialogica: de media prefereren

vanuit commercieel oogpunt gepersonaliseerde berichten omdat ze beter voldoen aan de behoeften van het publiek (Mazzoleni, 2000; Swanson & Mancini, 1996; Van Aelst, 2006).

Ondanks het feit dat één van de doelen van de personificatiestrategie is om de partijbanden weer te versterken, zorgt ze niet voor meer loyaliteit aan de partij. De voorkeur voor een politicus is gebonden aan tijd en opinie en verdwijnt dus net zo snel als dat ze opkomt. Swanson en Mancini (1996) omschrijven de kwetsbaarheid van de gepersonaliseerde politiek als volgt:

Personalization allows parties with telegenic, appealing leaders and top candidates to attempt to attract momentary, opinion-based support in the fragmented, disaggregated modern electorate, support that does not create loyalty to the party and can be lost as quickly as it was won. (p. 272)

Ook Webb en Poguntke (2005, p. 355) zijn zich bewust van het feit dat het “neo-elitist” model van democratie - waarbij ‘elitist’ verwijst naar een paar sterke personen die alle macht in handen hebben - twee kanten heeft. De populaire leiders zijn enerzijds wel sterk bij hun overwinning, maar anderzijds kunnen ze zich nadien nauwelijks verdedigen. Dit komt omdat de voormalig solide banden tussen de partij en haar achterban zijn verdwenen en de politieke leiders bijgevolg afhankelijk zijn geworden van de grillen van het publiek.

Ondanks het negatieve effect op de politici zelf, heeft personalisering van de politiek een positieve invloed op de politieke participatie en zo ook op het goed functioneren van de democratie. Mazzoleni (2000, p. 327) verwijst naar Italië, Engeland en Australië waar de populaire politieke leiders Berlusconi, Blair en Haider ertoe in staat waren om een menigte mensen te laten nadenken over controversiële issues en hen te mobiliseren om te gaan stemmen, hetgeen in een moderne democratie, waarin het politiek engagement lijkt af te zwakken, niet onbelangrijk is. Gepersonaliseerd leiderschap – in de enge betekenis van het woord ook ‘presidentialization’ genoemd (Poguntke & Webb, 2005; Van Aelst, 2006) - zou eveneens bij lokale verkiezingen, namelijk bij het kiezen van de burgemeester, een gunstige invloed hebben op het aantal mensen die komen opdagen bij

het kiesbureau. Het lokale aspect versterkt namelijk de wens van de burgers om zich met de politieke leider te identificeren (Mazzoleni, 2000).

In België geldt in tegenstelling tot vele andere landen, waaronder Italië en Amerika, een opkomstplicht die wordt afgedwongen door een geldboete (“Stemplicht”, 2013; “Compulsory voting”, 2013). Op die manier probeert de overheid een armzalige opkomst te vermijden. Maar aangezien het gaat om een opkomstplicht en geen kiesplicht, moet de kiezer zich enkel melden aan het stembureau (“Stemplicht”, 2013). Iemand straffen omdat men het stemhokje niet is binnengegaan, kan dus niet. Bovendien heeft elke Belg het recht om een blanco stem uit te brengen. Het is waarschijnlijk dat als personalisering positief is voor de opkomst, het ook zal leiden tot minder blanco stemmen⁵.

Volgens Van Aelst (2002, 2006) zijn er in de literatuur twee soorten personalisering terug te vinden. De hierboven besproken personalisering behoort tot de ‘candidate-centered politics’, wat ruwweg wil zeggen dat politici en niet hun partijen centraal staan. Wanneer er vooral aandacht is voor de leidende politici, alsook de lijsttrekkers en voorzitters van partijen, dekt de term ‘presidentialisering’ beter de lading, toch in de enge betekenis van het woord (Van Aelst, 2006, p. 82). Poguntke en Webb (2005) zien het begrip ruimer. Ze omschrijven het als een proces waarbij democratieën over heel de wereld zich als presidentiële staten beginnen te gedragen, onafhankelijk van hoe hun democratisch systeem er in feite uitziet (de VS wordt gezien als schoolvoorbeeld). Eén leider wordt op die manier het symbool van de hele politieke wereld. Semetko (1996, p. 278) onderstreept het belang van de institutionele context bij dit type van personalisering. Zo is het waarschijnlijk dat in landen als Amerika en Frankrijk, waar de president rechtstreeks verkozen wordt, personalisering van de politiek dieper doorgedrongen is dan in landen als België, waar het stemmen proportioneel en indirect verloopt (Poguntke & Webb, 2005; Mazzoleni, 2000; Van Aelst, 2002). Ook andere institutionele elementen zoals de structuur van de partijcompetitie (in België nemen bijvoorbeeld meerdere partijen het tegen elkaar op, in tegenstelling tot Amerika en Engeland waar twee grote partijen

⁵ <http://www.dekrachtvanjestem.be>

tegenover elkaar staan) en restrictieve systemen hebben een invloed op de mate waarin personificatie een rol speelt (Swanson & Mancini, 1996).

Naast ‘presidentialization’ is ook de ‘kanseliersbonus’ verwant met ‘candidate-centered politics’. De Swert en Walgrave hanteerden dit concept in hun onderzoek van 2002, waarin ze de aandacht tussen de regering en de oppositie in drie Vlaamse kranten bestudeerden. De kanseliersbonus betekent dat er meer aandacht is voor de regeringsleider, namelijk de eerste minister in België. Deze term is afkomstig uit Duitsland en slaat oorspronkelijk op de politieke voordelen die het kanselierschap met zich meebrengt (p. 372). De Swert en Walgrave leidden er de termen ‘regeringsbonus’ en ‘meerderheidspartijbonus’ van af. Vertalen we deze begrippen naar een gemeentelijk niveau, dan krijgen we ‘burgemeestersbonus’, ‘gemeentebestuurbonus’ en ‘meerderheidspartijbonus’, wat dan zou betekenen dat de burgemeester, de leden van het gemeentebestuur en de meerderheidspartijen het vaakst aan bod komen.

Het tweede type van personalisering is verregaander dan het eerste en heeft betrekking op het reeds genoemde hooplanieuws (Van Aelst, 2002, 2006): de persoonlijke kenmerken van de politicus worden belicht. Ook hier is Amerika de trendzetter: “Het is [in Amerika] momenteel ondenkbaar geworden dat een verkiezingscongres wordt afgesloten zonder dat de familie van de kandidaat in kwestie uitgebreid in het gebeuren wordt betrokken” (Van Aelst, 2002, para. 2). De voortrekkersrol van Amerika krijgt in het boek van Swanson en Mancini (1996) trouwens een naam: “Americanization”. Al komen de auteurs tijdens hun onderzoek tot de vaststelling dat de Amerikaanse voorbeeldfunctie niet in alle gevallen geldt. De Amerikanen nemen namelijk ook verkiezingsgewoonten vanuit West-Europa over, met name Engeland en Frankrijk.

Van Aelst besteedt in zijn onderzoek van 2006 een volledig hoofdstuk aan de personalisering van de politiek in de journalistieke berichtgeving. Alvorens hij de resultaten van de Vlaamse campagneberichtgeving van 2003 bespreekt, overloopt hij de belangrijkste resultaten die voortkomen uit empirisch onderzoek uit andere landen (in Vlaanderen is onderzoek naar personalisering beperkt tot ‘de tendens naar een tabloidisering van de media’ (Van Aelst, 2006, p. 185)). De buitenlandse resultaten

blijken niet eenduidig. De verschillen hangen volgens Van Aelst af van drie elementen: de periode die men onderzocht, de onderzoeksmethode en de institutionele context.

Afhankelijk van het tijdstip alsook de duurte van het onderzoek (longitudinaal of niet) stellen onderzoekers duidelijk of net nauwelijks een personaliseringstrend vast. Dat personalisering van de politiek zich meer aftekent op televisie dan in de krant (Lindhout & Van Praag, 2000), werd reeds vermeld. Van Aelst (2006, p. 184) wijst er echter op dat beide niet zomaar vergeleken mogen worden omdat het vermelden van een politicus in de krant nog iets anders is dan het tonen van diezelfde persoon op televisie. Doordat verschillende onderzoekers ook verschillende methoden hanteren om de ‘personalisering’ te operationaliseren, liggen de klemtonen anders en kan zelfs binnen eenzelfde medium amper vergeleken worden. Ten slotte speelt ook de politieke structuur van een land een rol. We wezen al op het feit dat in presidentiële regimes de personaliseringstrategie dieper ingeworteld is dan in parlementaire regimes. Van Aelst (2006, p. 185) besluit dat de personalisering van de media vaak als een feit wordt aangenomen, maar dat ze niet altijd wetenschappelijk onderbouwd is, zeker niet in parlementaire regimes, waar de institutionele context en de onderzoeksperiode van belang zijn.

Uit Van Aelsts eigen onderzoek (2006) blijkt dat de personalisering in Vlaanderen haar intrede niet heeft gemist: de Vlaamse media focussen zich in sterke mate op de politici en dit gaat ten koste van de vermelding van partijen. Deze tendens doet zich zoals in andere landen voornamelijk voor op televisie. In de kranten komt de personalisering het meest tot uiting in de koppen van de artikels. Politici zijn vaker de centrale actor van het artikel en ze worden ook meer dan partijen vermeld in de volledige artikels. Het verschil tussen de verschillende kranten (De Standaard, De Morgen, Het Laatste Nieuws en de Gazet Van Antwerpen) is gering, al valt op dat Het Laatste Nieuws het meest inzet op de personaliseringsstrategie. Dit komt met name tot uiting als we naar de foto's kijken: 70% van de politieke berichtgeving in Het Laatste Nieuws wordt vergezeld van een foto van de politicus, tegenover 64% in De Morgen en 55% in De Standaard en De Gazet Van Antwerpen.

Van presidentialisering, wat betekent dat slechts een select groepje politici belicht wordt, is echter geen sprake. Slechts 26,6% van de aandacht van alle partijleden gaat naar

het boegbeeld van de partij. Vermeldenswaardig is het aanzienlijk verschil tussen de politieke partijen. Zo wordt de NV-A het sterkst ‘gepresidentialiseerd’: 42,3% van alle aandacht van de NV-A gaat naar haar toenmalig boegbeeld Geert Bourgeois; de SP-A het minst: SP-A boegbeeld Steve Stevaert krijgt slechts 18,6% van alle partijaandacht toegemeten. In de laatste week voor de verkiezingen stijgt dit percentage wel nog tot één derde.

Longitudinaal onderzoek, waarbij enkel de krantenkoppen van De Standaard als deze van Het Laatste Nieuws werden geanalyseerd, laat een stijgende personalisering doorheen de tijd zien. In de populaire krant Het Laatste Nieuws deed zich in de jaren '90 een piek voor. In kwaliteitskrant De Standaard verliep de personaliseringstendens meer geleidelijk.

2.4 Invloed media op stemgedrag

In de vorige paragraaf wezen we op de gewijzigde politieke berichtgeving. Eén van de veranderingen heeft betrekking op de duidingsfunctie van journalisten. Die is namelijk groter geworden. Vooral horse raceberichten laten journalisten toe om een centrale rol in te nemen: in dit soort berichtgeving is de journalist het meest vrij om eigen klemtonen te leggen zonder partijdig over te komen. Lindhout en Van Praag (2000) noemen het de opkomst van de ‘interpreterende journalistiek’. Van Aelst (2006) spreekt over de ‘centrale rol van de journalist’. Dat deze centrale rol een zekere macht met zich meebrengt, onder andere in verkiezingstijd, ligt voor de hand. Toch stelt Van Aelst (2006) dat dit niet vanzelfsprekend betekent dat de media de verkiezingscampagne volledig naar hun hand kunnen zetten, wat een ideale medialogica tenslotte veronderstelt: “Niet de partijen, maar de media zouden als autonome actor bepalen welke thema’s centraal staan in de campagne en welke bijgevolg ook een invloed hebben op het stemgedrag van de kiezer” (Van Aelst, 2006, p. 227). De dominantie die Van Aelst (2006) onderzoekt gaat dus verder dan de interpreterende of centrale rol van de media tijdens een verkiezingsperiode. Om van ‘echte’ dominantie te kunnen spreken moeten de media in staat zijn om het stemmingsgedrag te beïnvloeden. Van Aelst maakt gebruik van *agenda-setting* onderzoek en steunt op *de issue-ownership* theorie om te achterhalen of er een link is tussen de media-agenda en de verkiezingsuitslagen van 2003.

Al meer dan twintig jaar wordt de agenda-settinghypothesen ondersteund (LeDuc, Niemi, & Norris, 1996). Deze hypothesen veronderstelt dat de nieuwsmedia beïnvloeden over welke issues en hoe mensen over deze issues denken. De beïnvloeding zou het grootst zijn bij een slecht geïnformeerd publiek. Mensen die reeds veel weten over een bepaald issue, worden dus minder snel beïnvloed als er een nieuw feit over dat issue verschijnt, dan mensen die weinig achtergrondkennis hebben met betrekking tot dat onderwerp (LeDuc et al., 1996).

Bij agenda-settingonderzoek worden twee of meerdere agenda's met elkaar vergeleken. Wanneer er onderzoek wordt gedaan naar de macht van de media, is het meest voorkomende scenario dat de media-agenda naast de publieke agenda wordt geplaatst. De redenering hierachter is de volgende: Als de agenda van de media de agenda van het publiek bepaalt, dan wil dit zeggen dat afhankelijk van welke thema's de media bovenaan op de agenda plaatsen, het publiek bepaalde thema's meer of minder belangrijk zal achten (Van Aelst, 2006).

De issue-ownershiptheorie veronderstelt dat elke partij bezitter is van haar eigen thema's. Van Aelst (2006, p. 235) geeft het voorbeeld van de socialistische partijen die door het Westers publiek aangeduid worden als meest bekwaam om de sociale zekerheid te verdedigen, de groenen worden dan weer gelinkt aan zorg voor het milieu en het klimaat. Het stelen van een thema is slechts bij uitzondering mogelijk. Hier geeft Van Aelst (2006, p. 235), verwijzend naar het onderzoek van Kleinnijenhuis (2003), het voorbeeld van de Nederlandse politicus Pim Fortyn die het immigratiethema afsnoept van een andere partij tijdens de Nederlandse verkiezingen van 2002.

De issue-ownershiptheorie is nauw verbonden met het belangrijkheidsmodel⁶. Dit model houdt in dat de kiezer niet voldoende onderlegd is om alle standpunten van een partij te kennen waardoor hij zijn stemkeuze zal laten hangen van slechts enkele thema's. Het belang dat een kiezer aan een bepaald thema hecht, zou belangrijker zijn dan het standpunt van de partij over dit thema.

⁶ Van Aelst (2006, p. 234) verwijst hiervoor naar Maddens (1994) die met zijn onderzoek aantoonde dat het Vlaamse kiesgedrag in 1991 in grote mate verklaard kon worden door het belangrijkheidsmodel.

De redenering van Van Aelst (2006) was dus om, door de verschillende agenda's te vergelijken – zowel de media-agenda met de politieke agenda als de media-agenda met de publieke agenda – en deze bevindingen te koppelen aan de stemintenties, te achterhalen in welke mate de media de verkiezingsuitslag beïnvloed hadden. Hij beperkt zich dus enkel tot de thematisch dominante rol: in welke mate bepalen de media de thema's op de agenda; en gaat de publieke agenda en dus ook het stemgedrag hierdoor beïnvloed worden?

De agenda van de media werd nagegaan via inhoudsanalyses van vier Vlaamse kranten en de 19-uur journaals van VTM en VRT. De agenda van de politiek werd achterhaald door enerzijds de persberichten en anderzijds de partijprogramma's te analyseren. De partijprogramma's zijn 'de foldertjes' die vlak voor de verkiezingen werden verspreid door de partijen zelf. Om de partijthema's beter te kunnen kaderen interviewde Van Aelst ook de partijvoorzitters (of een naaste medewerker van de partijvoorzitter). Ze werden gevraagd welke thema's hun partij wou uitspelen in de nakende verkiezingscampagne. De publieke agenda werd bepaald via telefonische peilingen, afgenomen door een derde, namelijk TNS-media, in de maanden voor de verkiezingen en een onderzoek bij een eigen internetpanel tijdens de verkiezingsperiode. Alle respondenten moesten aangeven welke van de twintig vooraf opgestelde thema's van belang waren bij het bepalen van hun stem. Om na te gaan of het belang van een thema bij het publiek nu afhing van het mediagebruik (Bepaalde het lezen van de krant of het kijken van televisienieuws hun mening?) of van andere variabelen (Bepaalde de vorige stemintentie, de politieke houding of socio-demografische variabelen hun mening?), werden bijkomende vragen gesteld. Via een recessie-analyse werd de samenhang tussen de thema's, het mediagebruik en de stemintenties gemeten. Ten slotte vergeleek Van Aelst alle partijverlaters en zij die hun partij trouw bleven per thema om te weten te komen of het gewijzigd belang aan een thema nu effect had op hun stemgedrag. Vooral deze laatste stap was relevant in Van Aelsts onderzoek omdat hij steunde op de agenda-settingstheorie om te toetsen of de media een (thematisch) dominante rol speelden tijdens de verkiezingen van 2003.

De Vlaamse media bleken tijdens de verkiezingen van 2003 slechts een beperkte agendabepalende invloed te hebben (Van Aelst, 2006). De agenda werd bepaald door een voortdurende interactie tussen publiek, media en de politiek, of meer specifiek: tussen de

kiezers, de journalisten en de politici. Van Aelst (2006, p. 308) spreekt van een zogenaamd transactiemodel waarbij de drie actoren samen de centrale thema's tijdens een campagne bepalen. De medialogica wordt in dit opzicht dus niet onderschreven. Het Vlaamse resultaat komt in grote mate overeen met recente resultaten uit het buitenland (o.a. LeDuc, Niemi & Norris, 1996; Norris et al., 1999; Swanson & Mancini, 1996; Van Praag & Brants, 2000). Buitenlandse onderzoekers zijn het met Van Aelst eens dat de media niet autonoom de agenda bepalen. In tegenstelling tot Van Aelst, zijn er wel een aantal onderzoekers (o.a. Van Praag & Brants, 2000; Swanson & Mancini, 1996) die geen rekening houden met de rol van het publiek bij het bepalen van de campagneagenda. Ze spreken uitsluitend over een gevecht tussen de journalisten en de politici.

Norris en collega's (1999) vonden een verschil tussen de media (televisie vs. print). Ze deden een grootscheeps onderzoek naar de communicatie-effecten op het Brits stemgedrag voor de verkiezingen van 1997. Het effect van de nieuwsmedia werd net als bij Van Aelst via de agenda-settingstheorie benaderd. Norris en co kwamen tot de conclusie dat televisienieuws een beperkte invloed had op het bepalen van de publieke agenda en indirect op het stemgedrag, maar dit enkel bij "unobtrusive" of "onopvallende" issues (p. 182). De manier waarop een partij in beeld werd gebracht en niet het aantal seconden, was eveneens van belang. Positief nieuws voor een partij of politicus kort voor de stemming gaf een bescheiden boost aan de resultaten. Op thema's waarmee het publiek sterk vertrouwd was, had het tv-journaal geen effect. De kranten hadden geen enkel effect op de publieke agenda. Sommige verhalen in de krant verhoogden wel het publieke bewustzijn, maar van een echte macht om de publieke agenda te bepalen, was geen sprake. We kunnen dus besluiten dat het idee dat de media volledig bepalen waarover we denken, en wat in veel Amerikaanse onderzoeken lange tijd werd geclaimd (Norris et al., 1999; Van Aelst, 1996), niet wordt ondersteund, toch niet tijdens verkiezingsperiodes.

Van Aelst (1996, p. 315) voegt toe dat onderzoekers reeds hebben aangetoond dat de almacht van de media in verkiezingstijd lager ligt dan in een doorsnee-nieuwsperiode. Dit zou komen omdat mensen in deze 'speciale' periode bewuster met politiek bezig zijn en ze bovendien langs meerdere ingangen met informatie bestookt worden. Uit de observaties die Van Aelst (2006) deed bij de VRT tijdens de campagne van 2003, bleek dat de macht van de media vooral zit in het wel of niet openzetten van de sluizen: als

gatekeeper beslissen zij welke politieke informatie ze wel of niet in hun nieuws opnemen. De media spelen dus misschien geen dominante, maar wel een centrale (en bijgevolg een belangrijke) rol in het agenda-settingproces (Van Aelst, 2006, p. 314).

Vooraleer we overgaan op het laatste hoofdstuk over lokaal verkiezingsnieuws, gaan we nog in op de beperking van Van Aelsts onderzoek om het stemgedrag te linken aan agenda-setting. Uit het onderzoek van LeDuc en collega's (1996) uitgevoerd in vele landen waaronder Italië, Israël, Japan, Duitsland, Frankrijk en België, blijkt dat de media misschien geen agenda-settingeffect, maar wel een ander relevant effect met zich meebrengen. Zo zouden ze het publiek helpen een mening te vormen over partijen en leiders, eerder dan dat ze gaan bepalen welk issue iemand belangrijk vindt. Van Aelst is hiervan bewust en verwijst naar Weaver en collega's die reeds in 1981 tot deze vaststelling kwamen. Van Aelst verwijst eveneens naar eerder onderzoek van zichzelf en Leuvense politicologen, waaruit blijkt dat de media-aandacht een invloed heeft op het aantal voorkeurstemmen van een politicus. Het effect zou zowel gelden voor het tv-journaal als voor de pers. Van Aelst (2006, p. 316) haalt bijgevolg zijn eigen gehanteerde agenda-settingsmethode om de rol van de media bij de bepaling van het stemgedrag te onderzoeken deels onderuit: "Het electorale succes van een individuele politicus lijkt [...] meer afhankelijk van de media dan een meer fundamenteel proces als de totstandkoming van de centrale thema's tijdens een verkiezingcampagne".

2.5 Lokaal (politiek) nieuws in de regionale pers

In de inleiding van dit literatuuroverzicht werd gewezen op het gebrek aan Vlaams onderzoek over de regionale politieke berichtgeving in de pers met betrekking tot de gemeenteraadsverkiezingen. Op internationaal niveau vonden we slechts één relevant onderzoek terug, namelijk dat van de Amerikaanse onderzoeker Shaker (2011). Hij vergeleek de 'major daily newspapers' (algemene dagbladen) met de 'community newspapers' (kranten voor een bepaalde bevolkingsgroep) van Philadelphia naar aanleiding van de 'mayoral campaign' (burgemeesterverkiezingen). De vertalingen in de vorige zin werden tussen haakjes geplaatst omdat ze niet helemaal hetzelfde betekenen als wat wij er in Vlaanderen onder verstaan. De term 'community paper' wordt in het onderzoek van Shaker gebruikt voor elke krant die geen 'major daily newspaper' is. The Philadelphia Inquirer en The Daily News krijgen van de onderzoeker het label 'mayoral

daily newspaper'. De ethische krant *The Tribune* (gelezen door de zwarte gemeenschap), het gratis dagblad *Metro*, de wijkkrant *Northeast Times* en het entertainmentweekblad *Phily Weekly* worden als 'community papers' bestempeld. In Vlaanderen zouden ze de term 'gespecialiseerde kranten' krijgen. Zowel de hoofddagbladen *The Philadelphia Inquirer* en *The Daily News* als het wijkblad *Northeast Times* zouden in Vlaamse termen lokale kranten zijn.

Shakers onderzoek geeft aan dat de institutionele context bepalend is bij het onderzoeken van lokaal nieuws. Het heeft dan ook weinig zin om de beperkte (Shaker, 2011) buitenlandse onderzoeken met betrekking tot lokaal nieuws te bestuderen. Doordat we echter geen Vlaams onderzoek naar lokaal nieuws terugvonden, waren we uiteindelijk toch genooddaakt om over de grenzen heen te kijken. Aangezien de Nederlandse en Vlaamse journalistieke cultuur redelijk vergelijkbaar zijn, zochten we naar onderzoek uit Nederland. Het Nederlands boek 'Tegen de trend: regionale journalistiek in een veranderende samenleving' van Broersma (2003), vult ietwat de Vlaamse leemte. Vooraleer hier verder op in te gaan, dienen we het verschil tussen het Vlaamse en Nederlandse perslandschap te bespreken.

Dat beide landschappen niet helemaal vergelijkbaar zijn, heeft voornamelijk te maken met de omvang van de krantenmarkt die in Nederland groter is dan in Vlaanderen. Hierdoor is er in Nederland een scherpere concurrentie, vooral op gebied van regionale bladen. Naast negen landelijke, kunnen de Nederlanders ook uit drieëntwintig regionale dagbladen kiezen, waarvan er minstens tien zijn die meer dan honderduizend exemplaren verkopen. In Vlaanderen slagen enkel de twee nationale kranten *Het Laatste Nieuws* en *Het Nieuwsblad* hierin (Van Aelst, 2006, p. 331)^{7 8}. Regionale dagbladen in

⁷ Uit de CIM-cijfers van 2012 blijkt dat de vaststelling van Van Aelst nog steeds opgaat. Zowel *Het Laatste Nieuws* als *Het Nieuwsblad* hebben een dagelijks betaalde verspreiding van meer dan 250.000 exemplaren. De eerstvolgende is het *Belang van Limburg* met 94.727 exemplaren. (Centrum voor Informatie over de Media [CIM], 2012)

⁸ CIM maakt geen onderscheid meer tussen *De Nieuwe Gazet* en *Het Laatste Nieuws*, en *De Gentenaar* en *Het Nieuwsblad*. *De Nieuwe Gazet* en *De Gentenaar* fungeren nog louter als kopkrant: enkel hun kop is gebleven terwijl ze de inhoud van *Het Laatste Nieuws* respectievelijk *Het Nieuwsblad* hebben overgenomen. (Kools, Van Gorp, & Soulliaert, 2011)

Vlaanderen zijn beperkt tot Het Belang van Limburg en de Gazet van Antwerpen, waarvan de naam aangeeft dat ze schrijven voor een lokaal publiek. Toch reikt hun nieuws verder dan Limburg respectievelijk Antwerpen. Op de site van Concentra (www.concentra.be), het mediabedrijf achter deze kranten, komt dit duidelijk naar voren. De Gazet van Antwerpen profileert zich als de krant van de grootste stad van Vlaanderen en “voor deze stad en haar inwoners wil de krant de belangrijkste informatiebron over lokale, regionale, nationale en internationale onderwerpen zijn” (“Gazet van Antwerpen”, 2013, para. 1). Ook Het Belang van Limburg benadrukt dat ze veel meer is dan een regionale krant: “De baseline ‘Limburger en wereldburger’ geeft perfect weer hoe de lezer zich voelt en wat hij van zijn krant verwacht: volledige en betrouwbare informatie over lokale, regionale, nationale en internationale onderwerpen” (“Het Belang van Limburg”, 2013, para. 1). Tegelijkertijd zet het merendeel van de nationale dagbladen in op regionaal nieuws. Dit doen ze via hun regionale edities. Elke editie heeft een eigen regionale katern aangepast aan de specifieke regio.

In totaal zijn er in Vlaanderen zes nationale dagbladen: De Morgen, De Standaard, De Tijd, Het Laatste Nieuws, Het Nieuwsblad en de gratis Metro (CIM, 2012). Enkel de financiële krant De Tijd en de jongste betalende krant van Vlaanderen De Morgen, zetten niet in op regionaal nieuws en hebben dan ook geen regionale edities (<http://www.persgroepregio.be>; “De referentie in business en finance”, 2013; “De Morgen”, 2013). De populaire kranten Het Laatste Nieuws en Het Nieuwsblad hebben de meeste aandacht voor regionaal nieuws (De Bens & Raeymaeckers, 2007). Ze waren ook de eerste die startten met regionale edities (De Bens & Raeymaeckers, 2007). Het Laatste Nieuws heeft er momenteel eenentwintig, Het Nieuwsblad heeft er zestien (De Persgroep Advertising Print, 2013; “Het Nieuwsblad/De Gentenaar”, 2013). Beide kranten hebben bovendien een regionale kopkrant, namelijk De Nieuwe Gazet respectievelijk De Gentenaar. Deze dagbladen waren vroeger onafhankelijke stadskranten, waarbij de eerste schreef voor de Antwerpenaren, de tweede voor de Gentenaren. Ze werden eind jaren vijftig, begin jaren zestig opgeslorpt door Het Laatste Nieuws en Het Nieuwsblad. Hun titel (kop) werd behouden, maar hun inhoud werd vervangen door die van hun zuster-/moederkrant. Hun regionale katernen bevatten wel nog specifieke regionale nieuwsberichten over de stad Antwerpen respectievelijk de stad Gent (Kools et al., 2011; “De Gentenaar”, 2012; “De Nieuwe Gazet”, 2012).

De paradox – waarbij landelijke kranten meer op regionaal nieuws inzetten en regionale dagbladen tegelijkertijd een meer landelijke allure willen aanmeten – wordt ook in het Nederlands boek van Broersma (2003) omschreven. Deze paradox loopt samen met een andere tweeledig proces, namelijk dat van globalisering en lokalisering. Als reactie op de globalisering, wat kortweg wil zeggen dat de wereld steeds kleiner wordt, gaat men zich herbezinnen op de regionale eigenheid: “Burgers krijgen de behoefte om zich te identificeren met kleinere gemeenschappen. Zij willen zich geborgen voelen in een dorp, stad of regio” (Broersma, 2003, p. 15). Deze ontwikkeling is de landelijke dagbladen niet ontgaan en ze spelen hierop in via hun regionale edities. Op die manier snoepen ze lezers van de regionale dagbladen af. Dit was voornamelijk het geval in de jaren negentig, toen de ‘regionalen’ de omgekeerde beweging maakten en net gingen inzetten op meer nationaal en internationaal nieuws, als gevolg van hun dalende verkoopcijfers. Omdat de landelijke dagbladen het wél goed bleven doen, veronderstelden de ‘regionalen’ dat de behoeften van de lezers veranderd waren: als wereldburgers konden ze niet langer tevreden zijn met nieuws uit eigen streek. De regionale bladen besloten daarom een andere koers te varen. Ze breidden hun krant uit met nieuws en achtergronden uit binnen- en buitenland. Broersma noemt het “de dubbelformule” (p. 84). De kranten die tegelijkertijd hun regionale berichtgeving bleven verzorgen, zagen hun verkopen weer toenemen. Zij die dit niet deden, kregen het moeilijk.

Als regionale krant bleek het in Nederland dus erg belangrijk om zich duidelijk als ‘regionaal dagblad’ te blijven profileren. De hoofdmoot van de regionale Nederlandse pers heeft zich gevonden in eenzelfde indeling, waarbij de voorpagina gekenmerkt is door uitgesproken regionaal nieuws en een regionale katern die de rest van het regionaal nieuws groepeert. Op die manier maken nu dus zowel landelijke als regionale kranten gebruik van katernen.

Naast de invoering van de dubbelformule door regionale dagbladen, deed zich in Nederland nog een andere ontwikkeling voor en deed de regionale journalistiek in de onderste schuif belanden. Deze ontwikkeling betreft de professionalisering van de (regionale) journalistiek en vond plaats in de jaren zeventig en tachtig. De vele medewerkers die als bijverdienste stukjes schreven over de regio waar ze woonden, kregen concurrentie van professionele journalisten die minstens een academisch diploma

hadden of afgestudeerd waren aan de School voor de Journalistiek. Dit kwam de kwaliteit van de regionale journalistiek – op vlak van schrijfstijl, nieuwswaardigheid en thematische diversiteit - wel ten goede, maar het leidde tegelijkertijd tot een minder gedetailleerde verslaggeving:

Omdat zij [de nieuwe professionele journalisten] minder geworteld waren in de lokale gemeenschappen en in beperkte tijd een gebied moesten ‘verslaan’, steunden zij sterk op institutionele bronnen zoals het gemeentebestuur en de politie. Voor het kleine menselijke nieuws hadden zij veel minder oog [dan de voormalige ‘ongeschoolde’ medewerkers]. (Broersma, 2003, p. 83)

Dagbladen erkenden dat de nieuwe journalistiek nefast was voor de voormalige fijnmazige regionale berichtgeving, maar wisten niet meteen een oplossing. Daarbij kwam dan nog dat een regiojournalist als minderwaardig werd aanschouwd binnen de journalistieke wereld. Broersma (2003, p. 83) verwijst naar een uitspraak van Loek Moor, een Nederlandse redacteur die van binnenlands nieuws overstapte naar verslaggeving over Delft: “Waar is het fout gegaan in mijn leven? Maar alles went, en ach: Delft is eigenlijk erg leuk”.

Het aanzien van de regionale journalistiek begon weer te stijgen. Dit kwam enerzijds door de dalende verkoopcijfers van regionale dagbladen die hun regionale berichtgeving verwaarloosden. En anderzijds door veelvuldig onderzoek waaruit bleek dat de lezer een krant wou die betrokken is bij de regio: “teveel regionaal nieuws zal zelden een bezwaar zijn, te weinig altijd” (Broersma, 2003, p. 80).

Bij de generatie van de toekomst, de jongeren, doet regionaal nieuws het trouwens erg goed. Dat blijkt uit Vlaams onderzoek van Raeymaeckers (2002, 2004). De onderzoekster zegt dat dit komt omdat jongeren lokaal nieuws beter begrijpen omdat het zich afspeelt in hun eigen leefwereld. Aangezien dagbladen het momenteel moeilijk hebben om te overleven – in Vlaanderen daalde het aantal krantenlezers met 16%; in Nederland zelfs met 26% (Raeymaeckers, Hauttekeete, & Deprez, 2007) – lijkt het niet onverstandig om op lokaal nieuws te blijven inzetten.

3 Onderzoeksdoel

Het doel van deze masterproef is nagaan in welke mate Het Laatste Nieuws en Het Nieuwsblad anders of hetzelfde bericht hebben over de gemeentepolitiek naar aanloop van de gemeenteraadsverkiezingen in oktober 2012. Steeds minder politici hebben face-to-face contact met hun kiezers waardoor de berichtgeving in de media een steeds centralere rol is gaan spelen (De Swert & Walgrave, 2002; Van Aelst, 2006). Wegens het belang van de democratie (Swanson & Mancini, 1996), is het dan ook relevant om de berichtgeving van beide kranten te vergelijken. Daarnaast tracht deze masterproef een deel van de lacune op te vullen die zich momenteel nog voordoet in het Belgische onderzoeksdomein van de politieke communicatie.

4 Methodologie

Het regionaal politiek nieuws in Het Laatste Nieuws en Het Nieuwsblad werd vergeleken via een hoofdzakelijk kwantitatieve inhoudsanalyse en dit tijdens de vier laatste weken voor de gemeenteraadsverkiezingen van 2012. Aangezien beide kranten over meer dan vijftien edities beschikken, beperkten we ons tot één editie, namelijk de editie Kempen (Antwerpen). De keuze voor deze editie heeft in de eerste plaats te maken met objectiviteit. Aangezien de auteur van dit onderzoek in de omgeving van Leuven woont, werden de edities ‘Leuven - Hageland’ van het Nieuwsblad en ‘Leuven – Brabant’ en ‘Brabant – Hageland’ van het Laatste Nieuws uitgesloten. Dat de regionale edities van beide kranten niet helemaal gelijk lopen, blijkt uit voorgaande opsomming. De ene helft van de editie ‘Leuven – Hageland’ van Het Nieuwsblad komt overeen met ‘Leuven – Brabant’ van Het Laatste Nieuws, de andere helft met ‘Brabant – Hageland’ van Het Laatste Nieuws. In tegenstelling tot de provincie Vlaams-Brabant is Antwerpen bij Het Nieuwsblad en Het Laatste Nieuws wel in dezelfde regio’s ingedeeld: ‘Antwerpen Stad’, ‘Kempen’ en ‘Mechelen-Lier’. We kozen uiteindelijk voor de Kempen.

De keuze voor de kranten Het Laatste Nieuws en Het Nieuwsblad heeft in de eerste plaats te maken met de aandacht die ze aan regionaal nieuws besteden. Zoals in het literatuuroverzicht al werd vermeld, richten beide dagbladen zich ten opzichte van de overige Vlaamse dagbladen het meest op een regionaal publiek. Dit doen ze via hun regionale edities en bijhorende regionale katernen. De kranten bevinden zich bovendien op dezelfde “downmarket” (De Bens & Raeymaeckers, 2007, p. 312) waardoor ze op vlak van regionale berichtgeving goed vergelijkbaar zijn. Doordat ze twee traditionele politieke stromingen vertegenwoordigen – Het Laatste Nieuws fungeerde in de jaren vijftig als spreekbuis voor de liberalen, Het Nieuwsblad voor de christendemocraten - kan eveneens de mate van verzuiling in rekening worden gebracht (De Bens & Raeymaeckers, 2007; Van Aelst, 2006). Ten slotte zijn ze de meest verkochte kranten in Vlaanderen en is hun verspreiding en bereik gelijkaardig⁹ (CIM, 2012).

⁹ Het Laatste Nieuws (+ De Nieuwe Gazet) had in 2012 een totale meetbare verspreiding van 289.332 exemplaren; Het Nieuwsblad (+ De Gentenaar) had er 265.834. Het eerstvolgende dagblad is de gratis Metro met 127.757 exemplaren. (CIM, 2012)

We opteerden voor een onderzoeksperiode van vier weken. Van Aelst (2006) koos voor zes weken, de Nederlanders Lindhout en Van Praag (2000) kozen drie weken. Laatstgenoemden zijn van mening dat de campagne pas losbarst drie weken voor de stemming. Uit Van Aelsts onderzoek blijkt dat deze constatering ook voor Vlaanderen opgaat, toch voor de federale verkiezingen van 2003. Hoewel al maanden op voorhand hier en daar een nieuwsberichtje verscheen met een verwijzing naar de verkiezingen, begon de verkiezingskoorts pas rond de vierde week voor de stembusgang. Het leek ons dan ook voldoende om vier weken te analyseren. Aangezien de gemeenteraadverkiezingen op zondag 14 oktober 2012 werden gehouden, liep onze onderzoeksperiode van maandag 17 september 2012 tot het weekend van 13 en 14 oktober 2012. Deze periode bestrijkt 24 krantendagen. Nieuwsartikelen met betrekking tot de gemeentepolitiek en de gemeenteraadsverkiezingen uit de regionale katern ‘Antwerpen-Kempen’ van Het Nieuwsblad en Het Laatste Nieuws in deze periode vormden het corpus van deze masterproef. Artikelen werden enkel weerhouden als ze minimaal aan één van de volgende criteria voldeden:

- Het gaat over een regionale lijsttrekker of de burgemeester, waarbij het niet van belang is in welke functie hij/zij in het nieuws komt¹⁰;
- Er wordt verwezen naar regionale partijen of regionale politici of regionale partijpolitieke gebeurtenissen in het kader van de verkiezingen;
- Er wordt expliciet verwezen naar de verkiezingen, verkiezingscampagnes of -programma's;
- Er zijn verwijzingen naar het zittende of toekomstig te vormen gemeente-/stadsbestuur;
- Het gaat om verkiezingsrubrieken of -columns;
- Het gaat over beslissingen van het gemeente-/stadsbestuur waartegen geprotesteerd wordt.

Bovenstaande criteria zijn deels overgenomen van Lindhout en Van Praag (2000, p. 92) en uitgebreid op basis van Van Aelsts opmerking dat kiezers tijdens de verkiezingsperiode geen onderscheid maken tussen zuiver verkiezingsnieuws en politiek

¹⁰ Ook wanneer de burgemeester of lijsttrekker hun mening over iets geven

nieuws als ze zich een beeld vormen over politici en thema's. Van Aelst beperkte zich daarom in tegenstelling tot Lindhout en Van Praag niet tot het verkiezingsnieuws en bekeek het gehele politieke binnenlands nieuws in de weken voor de verkiezingen (2006, p. 114; bijlage 1). Het gehele politieke nieuws in rekening brengen, vonden wij een stap te ver. Een artikel waar instaat dat de gemeente op zoek is naar quizzers voor een tv-programma (Het Laatste Nieuws, 22 september 2013, p. 44), werd bijvoorbeeld niet in het corpus opgenomen. Onder politiek nieuws kan bovendien veel worden verstaan. Vandaar dat een voorwaardenlijst noodzakelijk was. Wanneer hierna over 'regionaal verkiezingsnieuws' wordt gesproken, bedoelen we al het nieuws dat voldoet aan de bovenvermelde voorwaarden.

We opteerden voor een kwantitatieve analyse omdat cijfers zich het beste lenen tot vergelijkend onderzoek en om de objectiviteit van het onderzoek te waarborgen. Initieel wilden we de mate van verzuiling niet enkel door de hoeveelheid berichten per partij/politicus bepalen, maar eveneens door de manier waarop een partij of politicus in beeld wordt gebracht. Dit luik moest in het onderzoek van Van Aelst (2006) helemaal worden overgedaan omdat de score van de intercodeurbaarheid te laag was. Er was geen eensgezindheid of over een partij of politicus nu neutraal, positief of negatief werd bericht. We besloten ons daarom bij het kwantitatieve te houden.

Het codeboek is gebaseerd op dat van Van Aelst (2006). Hij stelde een codeboek samen om de rol van de pers tijdens de verkiezingscampagne te onderzoeken. Het onderzoek van Van Aelst is een zeer breed onderzoek. Niet alle variabelen werden daarom overgenomen. Binnen deze selectie werden waar nodig de variabelen en waarden 'vertaald' naar een gemeentelijk niveau. De variabelen werden ook eenduidig afgebakend (zie Bijlage 1: Codeboek).

5 Onderzoeksvragen en hypothesen

De centrale onderzoeksvraag van deze masterproef is:

Wat zijn de verschillen en overeenkomsten tussen de regionale verkiezingsberichtgeving in Het Laatste Nieuws en de regionale verkiezingsberichtgeving in Het Nieuwsblad naar aanloop van de gemeenteraadsverkiezingen in 2012?

Deze vraag kan in navolging van de medialogica-theorie van Van Aelst (2006) opgesplitst worden in acht deelvragen met betrekking tot de onafhankelijkheid, de commerciële houding en de dominantie van de kranten. We zullen op het einde van het onderzoek ook een antwoord trachten te formuleren op de vraag ‘Welke van de twee regionale katernen, namelijk deze van Het Laatste Nieuws of deze van Het Nieuwsblad, voldoet het best aan de medialogica?’

5.1 *De kranten als onafhankelijke actor*

OV1: Geven Het Laatste Nieuws en Het Nieuwsblad meer aandacht aan hun oorspronkelijke zuilpartij in hun regionale verkiezingsberichtgeving?

Ondanks het feit dat de zuivere politieke opiniepers in ons land verdwenen is, zouden volgens De Bens en Raeymaeckers (2007, p. 96) de kranten in België nog steeds getypeerd worden volgens de drie grote stromingen uit de negentiende eeuw, namelijk katholiek, liberaal en socialistisch, dit weliswaar in meer of mindere mate. Van Aelst (2006) onderzocht de evolutie van de pers als verzuilde en gepolitiseerde actor naar een autonome actor. Hij bekeek hiervoor de berichtgeving in de kranten de Standaard en het Laatste Nieuws, telkens twee weken voor de verkiezingen en de dag erna. Vijf verkiezingsperioden werden weerhouden: 1958, 1968, 1974, 1985 en 1999. De onderstaande tabel (zie Tabel 1, p. 48) geeft het resultaat weer: beide kranten zijn inderdaad geëvolueerd naar quasi onpartijdige en ongebonden dagbladen, al blijkt de verzuiling vooral bij Het Laatste Nieuws nog subtiel aanwezig te zijn. Bovendien is de evolutie niet lineair verlopen, hetgeen de mogelijkheid openlaat dat de gekleurdeheid opnieuw wat zou kunnen toenemen. Anderzijds dateren de laatst bekeken nieuwsartikelen

van 1999, waardoor het eerder waarschijnlijk is dat de pers ondertussen (13 jaar later) volledig ontzuild is.

Tabel 1

Samenvattend overzicht van de 'verzuildheid' van De Standaard en Het Laatste Nieuws (cfr. Van Aelst, 2006, p. 67)

	1958		1968		1974		1985		1999	
	DS	HLN	DS	HLN	DS	HLN	DS	HLN	DS	HLN
Aandacht zuilpartij	++	++	++	++	+	+	+	+	(+)	+
Kleur berichtgeving	+++	+	++	++	+(+)	+(+)	(+)	+	0	(+)
Kleur editorialen	+++	+(+)	+++	+++	++	++	+	+(+)	0	+
Totaal	+++	+(+)	++(+)	++(+)	++	++	+	+	0	+

++= zeer duidelijk aanwezig ++= (vrij) duidelijk aanwezig += subtiel aanwezig 0= niet aanwezig

De veronderstelling dat de pers ondertussen volledig ontzuild is, werd door het grootschaliger onderzoek Van Aelst (2006) m.b.t. het verkiezingsjaar 2003 bevestigd. Van Aelst¹¹ analyseerde voor dit verkiezingsjaar de mate van verzuiling niet enkel in Het Laatste Nieuws en De Standaard, maar eveneens in De Morgen en de Gazet van Antwerpen. Hieruit volgde dat de aandacht voor de verschillende partijen quasi hetzelfde was en dat er geen uitgesproken verschillen waren wat betreft toon (die de voorkeur voor de zuilpartij aangaf). In navolging van deze conclusie en wetende dat Het Laatste Nieuws in haar beginjaren getypeerd werd volgens de liberale stroming en Het Nieuwsblad volgens de katholieke stroming (De Bens & Raeymaeckers, 2007; Van Aelst, 2006), stellen we de volgende hypothese betreffende de eerste onderzoeksvraag:

¹¹Van Aelst (2006) deed beroep op de eindverhandeling van Meul (2005) om de oorspronkelijke codering omtrent de toon van de berichtgeving te controleren en verder uit te diepen. Bepalen of er over een politicus of partij neutraal, positief, negatief of gemengd werd gesproken, bracht namelijk in de eerste coderingsfase (uitgevoerd door studenten) veel twijfelgevallen met zich mee.

H1: Zowel in Het Laatste Nieuws als in Het Nieuwsblad is er niet meer aandacht voor de oorspronkelijke zuilpartij. Het Laatste Nieuws geeft dus niet meer aandacht aan de liberale partijen en politici; Het Nieuwsblad geeft dus niet meer aandacht aan de katholieke partijen en politici.

Zoals hierboven uit de hypothese blijkt, onderzoeken we de verzuiling enkel wat betreft aandachtsbesteding. Hierbij dient te worden opgemerkt dat de hoeveelheid aandacht op zichzelf niet de mate van verzuiling dekt. Zo kan de aandacht positief of negatief zijn. Als CD&V het meest aan bod komt in Het Nieuwsblad, dan betekent dit niet automatisch dat Het Nieuwsblad nog sterk verzuild is. Als de aandacht voornamelijk negatief is, dan fungeert Het Nieuwsblad allesbehalve als spreekbuis voor de christendemocraten. Om pragmatische redenen – we kozen voor een zuiver kwantitatief onderzoek, bovendien bleek uit het onderzoek van Van Aelst (2006) dat het bepalen of de berichtgeving positief, negatief of neutraal is, zeer persoonlijk en dus allesbehalve objectief is – zullen we in dit onderzoek niet dieper ingaan op de aard van de berichtgeving (de zogenaamde ‘hoevraag’).

5.2 De kranten als commerciële en centrale actor

OV2: Hoeveel aandacht was er voor de verkiezingscampagne, zowel in aantal berichten als qua grootte in de regionale verkiezingsberichtgeving van Het Laatste Nieuws en Het Nieuwsblad?

Er waren naar aanloop van de verkiezingen in 2003 nauwelijks, maar toch enige verschillen, tussen De Standaard, De Morgen, Het Laatste Nieuws en de Gazet van Antwerpen. Gedurende heel de verkiezingsperiode hadden de kwaliteitskranten De Standaard en De Morgen meer aandacht voor de verkiezingen dan de overige twee populaire dagbladen. De aandacht van De Standaard was het hoogst – en ook nog aanzienlijk hoger dan De Morgen - in de laatste twee weken voor de verkiezingsdag.

De sterke interesse van De Standaard voor de verkiezingen vlakke wel af als de grootte van de artikels in rekening werd gebracht. De Standaard schreef namelijk veel meer kleine en zeer kleine nieuwsberichten over de verkiezingen in vergelijking met De Morgen. Niet alleen tussen de kwaliteitskranten, maar ook tussen de populaire kranten

kon een onderscheid worden gemaakt. Het Laatste Nieuws had opmerkelijk meer interesse voor de verkiezingen de laatste weken voor de stemming dan de regionale Gazet Van Antwerpen, die voornamelijk bezig was met de crisis in het Antwerpse stadhuis en de Antwerpse politiek in het algemeen. De Standaard, De Morgen, Het Laatste Nieuws en de Gazet van Antwerpen kenden ten slotte eenzelfde evolutie naar de verkiezingsdag toe. Al maanden voor deze dag was er aandacht voor de verkiezingen, maar de echte verkiezingskoorts startte pas vijf weken voor er gestemd moest worden. Alle onderzochte kranten, met uitzondering van De Morgen, haalden hun piek in de voorlaatste week voor de verkiezingen (Van Aelst, 2006).

Voor de hypothese van bovenstaande onderzoeksvraag gaan we ervan uit dat Het Nieuwsblad, ondanks haar label van populaire krant (Vlaamse Regulator voor de Media, 2012; De Bens & Raeymaeckers, 2007) toch nog iets ‘kwalitatiever’ is dan de meest populaire krant van Vlaanderen, namelijk Het Laatste Nieuws. Deze veronderstelling maken we op basis van het volgende. Beide kranten krijgen de term ‘populair dagblad’ toegemeten door hun toegankelijke presentatie én hun grote verspreiding (Vlaamse Regulator voor de Media, 2012, p. 42). Het Laatste Nieuws is de grootste verspreider. Deze krant neemt 31% van de totale betaalde Vlaamse dagbladenmarkt voor haar rekening; Het Laatste Nieuws volgt met 28% (Vlaamse Regulator voor de Media, p. 160). Wetende dat Het Nieuwsblad tot dezelfde mediagroep als De Standaard behoort, namelijk Corelio (Kools et al., 2011; Vlaamse Regulator voor de Media, 2012), veronderstellen we dat Het Nieuwsblad meer kenmerken zal vertonen van De Standaard. Onze hypothese is bijgevolg:

H2: Het Nieuwsblad schrijft meer, maar kleinere berichten dan Het Laatste Nieuws. Beide kranten doorlopen eenzelfde evolutie naar de verkiezingsdag toe. De meeste aandacht voor de gemeenteverkiezingen doet zich in beide kranten voor in de laatste twee weken voor de stemming.

OV3: Wat is de aard van de regionale verkiezingsberichtgeving in Het Laatste Nieuws en Het Nieuwsblad?

Uit het literatuuroverzicht is gebleken dat de aard van de nieuwsberichtgeving de laatste jaren is veranderd. Artikelen worden vaker gekenmerkt door amusement en interpretatie en zijn dus niet langer puur informatief (Lindhout & Van Praag, 2006). Op het gebied van verkiezingsverslaggeving zijn er specifieke termen die deze nieuwe tendens aanduiden. Onderzoekers (o.a. Lindhout & Van Praag 2000 en Van Aelst, 2006) spreken van *hoopla*- en *horse-race*berichten. Dit soort berichtgeving zou het inhoudelijke nieuws verdringen (o.a. Patterson, 2000; Swanson & Mancini, 1996). Hoopla betreft het politieke nieuws dat zich toespitst op persoonlijke eigenschappen van een politicus alsook niet-inhoudelijke evenementen. Het entertainmentgehalte in deze berichtgeving is dus hoog. Met horse race wordt wedstrijdverslaggeving bedoeld. De strijd tussen politici en partijen en de strategie die ze hanteren om zoveel mogelijk stemmen te ronselen, staat centraal. Verslaggeving over (waaronder de interpretatie van) opiniepeilingen behoren eveneens tot horse race. Inhoudelijke berichten gaan over het huidige of toekomstige beleid (van het gemeentebestuur, de oppositie of een bepaald partij) en over inhoudelijke standpunten over thema's (zoals kinderopvang, groenbeleid, steun van plaatselijke handelaars, ...).

In Vlaanderen blijkt het nog niet zo'n vaart te lopen als in de Angelsaksische landen waar het verkiezingsnieuws overschaduw wordt door horse race en hoopla. Bij ons blijft het inhoudelijk nieuws de bovenhand houden: ongeveer de helft van de berichtgeving gaat over beleid en thema's. Toch zwelt de niet-inhoudelijke berichtgeving aan. Vooral horse race is door het stijgend aantal opiniepeilingen aan een opmars bezig. Dat het inhoudelijke nieuws hier niet voor moet inboeten, komt doordat de totale aandacht voor verkiezingsnieuws in Vlaanderen niet afneemt zoals in Amerika en Engeland wel het geval is (Van Aelst, 2006).

Naast minder aandacht voor het inhoudelijke, doet er zich ook nog een andere tendens voor, al blijft ook deze tendens in onze contreien beperkt. De verkiezingsberichtgeving zou steeds vaker doorspekt zijn met conflicten (al dan niet van inhoudelijke aard) en veelal negatief getint zijn. In vergelijking met vorige decennia is de Vlaamse verkiezingsberichtgeving niet meer op politieke conflicten gericht dan vroeger en is ze

eveneens niet uitgesproken negatief. Neutrale berichten hebben de bovenhand, al zijn gekleurde berichten eerder negatief dan positief (Van Aelst, 2006).

Relevanter voor onze bovenstaande onderzoeksvraag is het verschil tussen de verschillende kranten. Uit het onderzoek van Van Aelst (2006) bleek dat Het Laatste Nieuws koploper is wat betreft hoopla-berichtgeving. Horse race is dan weer het handelsmerk van De Standaard en De Morgen. De kwaliteitskranten zouden op die manier een meer interpretatieve journalistiek nastreven dan de populaire kranten. Wat betreft de conflictueuze en negatieve berichtgeving werden er geen grote verschillen opgemerkt tussen de verschillende kranten. Op basis van het voorgaande, en weerom uitgaande van de veronderstelling dat Het Laatste Nieuws nog 'iets' populairder (commerciëler ingesteld) is dan Het Nieuwsblad, doen we de volgende veronderstelling omtrent de derde onderzoeksvraag:

H3: Het Laatste Nieuws schrijft in haar regionale katern meer hoopla-nieuws dan Het Nieuwsblad in haar regionale katern. Het Nieuwsblad schrijft daarentegen meer horse-raceberichten. Het aandeel inhoudelijk nieuws (in beide regionale katernen) komt min of meer overeen. Net als de klemtoon op conflicten.

OV4: Welk soort verslaggeving primeert in de regionale verkiezingsberichtgeving van Het Laatste Nieuws en Het Nieuwsblad?

Lindhout en Van Praag (2000) stelden vast dat het verkiezingsnieuws in kwaliteitskranten meer uit achtergrondbeschouwingen en verkiezingsrubrieken bestaat dan in populaire kranten. Als we er weerom vanuit gaan dat Het Nieuwsblad nog iets kwaliteitsvoller is dan Het Laatste Nieuws, dan zal de berichtgeving van Het Nieuwsblad ook meer achtergrondbeschouwingen en verkiezingsrubrieken bevatten dan Het Laatste Nieuws. Als in Vlaanderen de soort verkiezingsberichtgeving overeenkomt met die van in Nederland, dan zullen de Vlaamse kranten nog steeds het grootste deel van hun verkiezingsverslaggeving op de klassieke manier verslagen, namelijk via de 'gewone' feitelijke nieuwsberichten.

H4: Zowel in Het Laatste Nieuws als in Het Nieuwsblad primeren feitelijke nieuwsberichten. Het Nieuwsblad maakt meer gebruik van achtergrondbeschouwingen en verkiezingsrubrieken dan Het Laatste Nieuws.

OV5: Hoe ziet de lay-out van de regionale verkiezingsberichtgeving in Het Laatste Nieuws en Het Nieuwsblad eruit? In welke mate maken beide kranten gebruik van foto's, illustraties en grafieken?

Het gebruik van foto's, illustraties en grafieken wordt zowel in het onderzoek van Van Aelst (2006) als dat van Lindhout en Praag (2000) niet afzonderlijk besproken. Van Aelst vermeldt wel het gebruik van foto's bij de personificatie van de verkiezingsberichtgeving. Meest relevant voor ons onderzoek is dat Het Laatste Nieuws naar aanloop van de verkiezingen in 2003 meer foto's van politici publiceerde dan de andere kranten. Lindhout en Praag (2000) bespreken de foto's bij de hoeveelheid aandacht voor de verkiezingen. Ze stellen vast dat de populaire kranten meer foto's publiceren dan de kwaliteitskranten. De grootte van de foto's hangt niet af van het soort krant (populair of kwaliteit).

We gaan ervan uit dat de sterke visualiseringstendens (wat betreft aantal beelden) van Het Laatste Nieuws zich ook doortrekt op gebied van illustraties en grafieken:

H5: Het Laatste Nieuws publiceert vaker, meer, en grotere foto's, illustraties en grafieken in haar regionale verkiezingsberichtgeving dan Het Nieuwsblad doet.

OV6: In welke mate doet zich een personalisering van de politiek voor in de regionale verkiezingsberichtgeving in Het Laatste Nieuws en Het Nieuwsblad?

In navolging van de vaststelling van Van Aelst (2006) dat Het Laatste Nieuws de sterkste personaliseringsstrategie had naar aanleiding van de verkiezingen in 2003, vooral door gebruik te maken van foto's, veronderstellen we dat dit ook zal gelden voor de regionale verkiezingen van 2012:

H6: De personalisering van de politiek doet zich meer voor in de regionale verkiezingsberichtgeving van Het Laatste Nieuws dan in deze van Het Nieuwsblad en uit zich vooral wat betreft foto's (de politici staan vaker op de foto in Het Laatste Nieuws dan in Het Nieuwsblad).

5.3 De kranten als dominante actor

OV7: In welke mate wordt de aandacht die Het Laatste Nieuws/Het Nieuwsblad in haar regionale verkiezingsberichtgeving geeft aan een bepaalde partij of politicus, weerspiegeld in de uiteindelijke verkiezingsresultaten?

Hoewel de invloed van de Vlaamse media op het stemgedrag gering zou zijn (Van Aelst, 2006), gaan we toch na in welke mate de aandacht voor bepaalde partijen en politici weerspiegeld wordt in de uitslagen van de gemeenteraadsverkiezingen van 2012. Dat de meer- of minderaandacht die Het Laatste Nieuws en Het Nieuwsblad aan bepaalde politieke actoren geven in rechtstreekse verbinding staat met de uitslagen, weten we niet. We zijn er ons bovendien van bewust dat er veel meer meespeelt dan enkel de media-aandacht bij het geven van een stem. Het zou een studie op zich zijn om te bepalen of het ene afhankelijk is van het andere en in welke mate deze afhankelijkheid zich voordoet. Het antwoord op deze onderzoeksvraag geeft bijgevolg geen volledig antwoord op het feit of de kranten nu als dominante actor gelden. Wel is het een voor de hand liggende en eenvoudige indicator om de invloed van de media op de kiezer na te gaan. Wegens te weinig onderzoeksmateriaal, formuleren we geen hypothese voor deze onderzoeksvraag.

OV8: In welke mate is de aandacht die Het Laatste Nieuws/Het Nieuwsblad in haar regionale verkiezingsberichtgeving aan een gemeente geeft, in verhouding met het aantal inwoners (grootte) van die gemeente (ten opzichte van de totale regio waarover de editie bericht)?

Aangezien onderzoek over de regionale verkiezingsberichtgeving in Vlaanderen niet bestaat en bovenstaande onderzoeksvraag niet werd teruggevonden in onderzoeken binnen de politieke wetenschappen of communicatiewetenschappen, formuleren we ook voor bovenstaande onderzoeksvraag geen hypothese.

6 Resultaten

We zullen de resultaten bespreken volgens de driedelige indeling van de medialogica. We starten met ‘de kranten als commerciële en centrale actor’, nadien volgen de resultaten wat betreft de onafhankelijkheid en dominantie van Het Laatste Nieuws en Het Nieuwsblad.

6.1 *De kranten als commerciële en centrale actor*

Onder het luik ‘De kranten als commerciële en centrale actor’ vallen zes onderzoeksvragen. Deze vragen worden één per één beantwoord. De eerste vraag betreft de aandacht voor de verkiezingscampagne. We kijken zowel naar het aantal als naar de grootte van de berichten.

6.1.1 Aandacht verkiezingscampagne

6.1.1.1 Aantal artikelen

Het Nieuwsblad schrijft in totaal meer berichten dan Het Laatste Nieuws in haar regionale katern ‘De Kempen’: 745 tegenover 658. Als we kijken naar de weerhouden verkiezingsartikelen¹² dan zijn beide kranten aan elkaar gewaagd. Van de 745 berichten in Het Nieuwsblad, waren er 138 (direct of indirect) verbonden met de verkiezingen. Bij Het Laatste Nieuws waren dit er 142. Het Nieuwsblad en Het Laatste Nieuws spenderen dus samen 280 artikelen aan de gemeenteraadsverkiezingen van 14 oktober 2012 en beide schrijven hiervan quasi de helft: 51% wordt geschreven door Het Laatste Nieuws, 49% door Het Nieuwsblad.

Bij het merendeel (64%) van de artikelen duidt de lay-out van het artikel of het hoofd van de pagina op de gemeenteraadsverkiezingen van 2012. Zo maakt Het Nieuwsblad gebruik van een speciaal logo met de vermelding ‘Gemeenteraadsverkiezingen 2012’ en een

¹² Zie hoofdstuk Methodologie voor de criteria van de weerhouden verkiezingsartikelen. Kort gezegd zijn het alle artikelen die direct of indirect kunnen verbonden worden met de gemeenteraadverkiezingen van 14 oktober 2012. Wanneer we hierna over ‘verkiezingsnieuws, - artikelen, –berichten of –berichtgeving’ spreken, dan bedoelen we alle weerhouden artikelen. Dus ook artikelen die niet tot een verkiezingsrubriek behoren of geen verkiezingslay-out hebben, kunnen hieronder vallen.

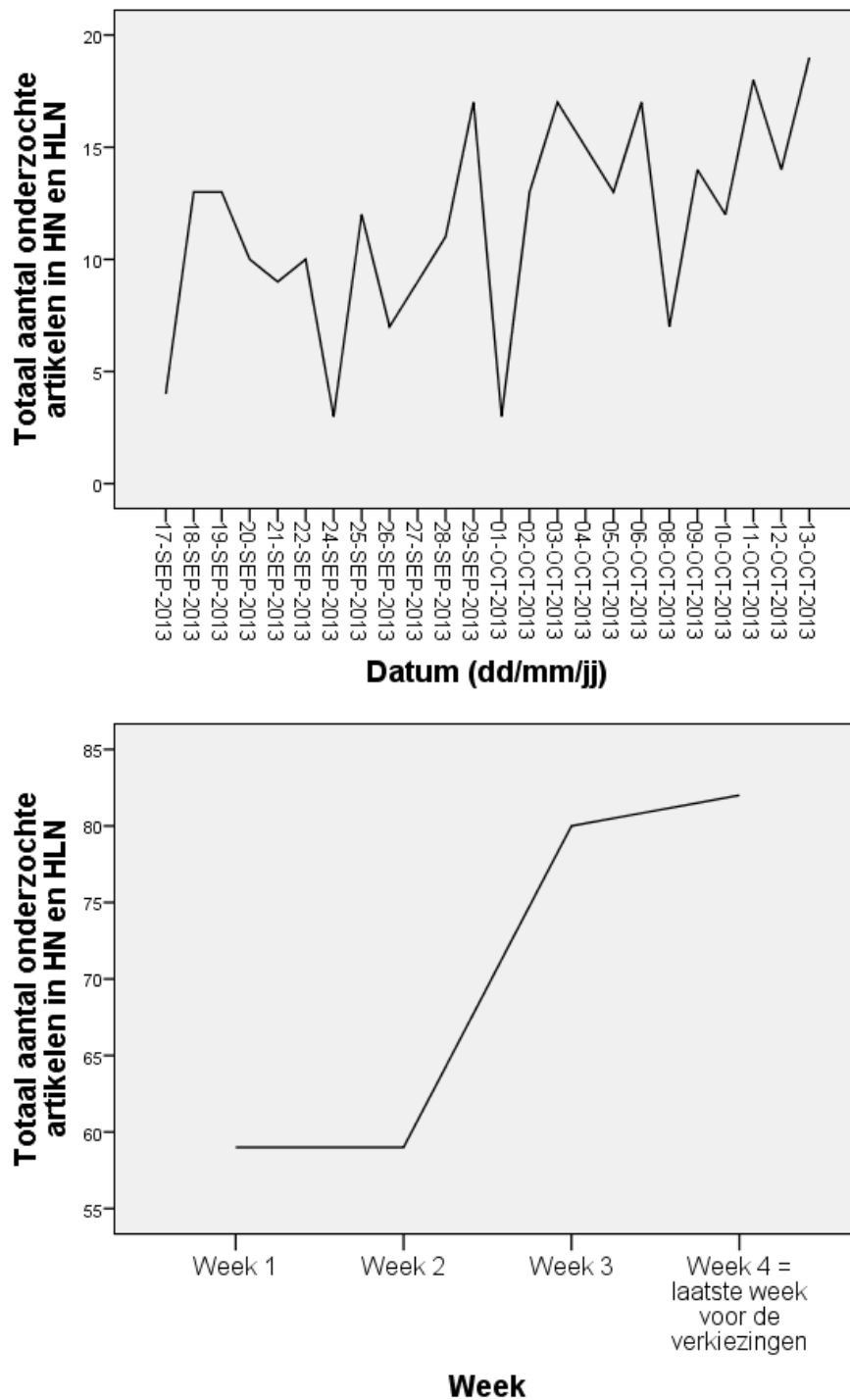
afbeelding van een stempotlood. Dit logo staat bij de zogenaamde ‘echte’ verkiezingsartikelen en wordt ook als banner gebruikt om verkiezingsartikelen op één of twee pagina’s te groeperen. Het Laatste Nieuws heeft eveneens een exclusief logo met hierop ‘Gemeenteraadsverkiezingen 14/10’ en een afbeelding van een sjerp van een burgemeester. In tegenstelling tot Het Nieuwsblad wordt dit logo niet bij aparte artikelen geplaatst, maar enkel als banner boven een hele of dubbele krantenpagina. Tussen beide kranten is er nauwelijks verschil wat betreft het aantal artikelen met een verkiezingslogo of -banner: 67% bij Het Nieuwsblad tegenover 62% bij Het Laatste Nieuws.

Naast de zogenaamde echte verkiezingsartikelen, die door de krant zelf als verkiezingsnieuws bestempeld worden (via een verkiezingslay-out), bestaan er ook nog ‘verdoken verkiezingsartikelen’. Verdoken nieuwsartikelen zijn diegene die wel verwijzen naar de gemeenteraadsverkiezingen in de tekst, maar niet in een verkiezingslay-out gehuld zijn. We hebben dit in twee stappen onderzocht. In de eerste plaats gingen we na of in de tekst van het artikel een verwijzing stond naar de gemeenteraadsverkiezingen. Dit kon zowel direct als indirect. Dus niet enkel wanneer er letterlijk ‘de gemeenteraadsverkiezingen’ wordt vermeld, maar ook wanneer er bijvoorbeeld verwezen wordt naar de volgende legislatuur, werd het artikel positief gecodeerd op deze variabele. Vervolgens hebben we gekeken hoeveel van de lay-outloze artikelen (dus artikelen zonder verkiezingslogo of -banner) toch verwijzen naar 14 oktober.

In iets meer dan de helft (52,5%) van alle onderzochte artikelen vinden we een indicatie van de gemeenteraadsverkiezingen. Er is een significant verschil tussen de kranten: Het Nieuwsblad verwijst in haar artikelen veel vaker naar de verkiezingen dan Het Laatste Nieuws ($\chi^2=21,899$, $df=1$, $p < .001$). In het Nieuwsblad is er in zeven op de tien artikelen een verwijzing naar 14 oktober, in Het Laatste Nieuws geldt dit maar voor vier op de tien artikelen. In totaal zijn er 100 artikelen zonder verkiezingslay-out. In 38 van deze artikelen is er in hun tekst een verwijzing naar de verkiezingen. Het Laatste Nieuws verwijst vaker naar de verkiezingen in haar artikelen zonder verkiezingslay-out: Het Laatste nieuws heeft 25 ‘verdoken verkiezingsartikelen’, terwijl Het Nieuwsblad er slechts dertien bevat (marginale significant: $\chi^2=3,429$, $df=1$, $p < .1$). Binnen de krant betekent dit een percentage van bijna 50% voor Het Laatste Nieuws, tegenover bijna 30%

voor Het Nieuwsblad. Anders gesteld is één op twee verkiezingsartikelen bij Het Laatste Nieuws verdoken, bij Het Nieuwsblad is dat slechts drie op tien.

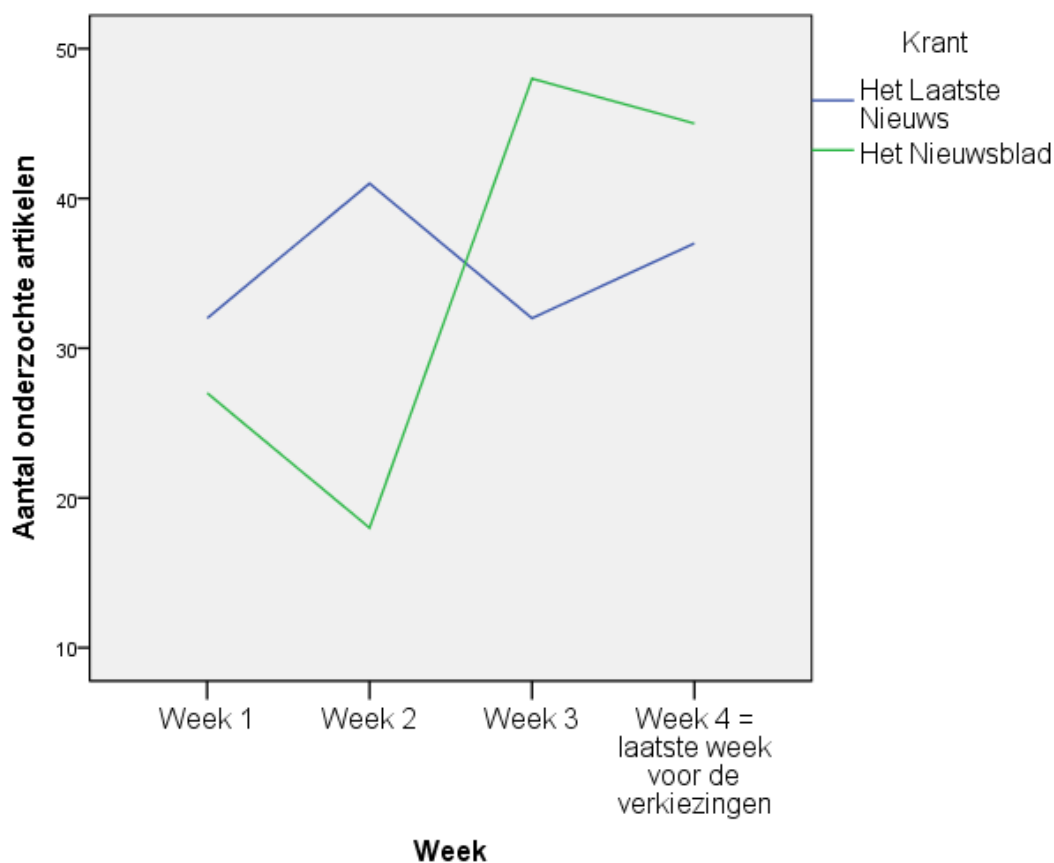
Als we alle onderzochte artikelen op een tijdslijn plaatsen, zien we een stijging. Vier weken voor 14 oktober worden er slechts vier artikelen met betrekking tot de verkiezingen geschreven, in het weekend van de verkiezingen zijn het er 19. Als we de evolutie per dag bekijken, lijkt de evolutie allesbehalve rechtlijnig. Bekijken we ze echter per week, dan kunnen we een duidelijke opwaartse lijn trekken richting de verkiezingsdag toe. Figuur 2 (p. 58) geeft dit weer.



Figuur 2. Totaal aantal verkiezingsartikelen doorheen de tijd in Het Nieuwsblad en Het Laatste Nieuws naar aanloop van de gemeenteraadsverkiezingen

Een significant verschil tussen Het Laatste Nieuws en Het Nieuwsblad qua aantal artikelen is er niet op dag- maar wel op weekniveau ($\chi^2=13,316$, $df=3$, $p < .05$). Uiterst opvallend is dat beide kranten een tegenovergestelde beweging maken. Het Nieuwsblad fluctueert zeer sterk en brengt veel minder gelijkmatig dan Het Laatste Nieuws

verkiezingsnieuws. Bovendien kennen beide kranten op een ander moment hun piek. Het Laatste Nieuws schrijft het vaakst verkiezingsberichten in week 2 (dus drie weken voor de verkiezingen), Het Nieuwsblad piekt in week 3 (de voorlaatste week voor de verkiezingen). Op het moment dat de ene krant piekt, kent de andere krant haar ‘dieptepunt’. Wanneer we beide kranten tegenover elkaar op een lijngrafiek (Figuur 3) plaatsen, valt niet te ontzien dat ze elkaars spiegelbeeld zijn.



Figuur 3. Het Laatste Nieuws vs. Het Nieuwsblad: Aantal verkiezingsartikelen doorheen de tijd naar aanloop van de gemeenteraadsverkiezingen

6.1.1.2 Grootte artikelen

Het kleinste verkiezingsartikel dat wordt geschreven, is 10 cm² groot. Het grootste verkiezingsbericht is 687 cm² groot. Gemiddeld is een verkiezingsbericht 135 cm² groot. Het Nieuwsblad schrijft significant kleinere verkiezingsberichten dan Het Laatste Nieuws (t=3,940, df=279, p<0,001). Een verkiezingsbericht van Het Nieuwsblad is gemiddeld 110 cm² groot, terwijl bij Het Laatste Nieuws een verkiezingsartikel gemiddeld 159 cm² inneemt.

Verkiezingsberichten die vergezeld zijn van een verkiezingslay-out blijken significant groter te zijn dan deze zonder: gemiddeld zijn deze met lay-out 147 cm², deze zonder zijn slechts 112 cm² ($t=-2,646$, $df=278$, $p<0,01$). De artikelgrootte hangt verder niet alleen af van de naam van de krant en de lay-out, maar ook of er al dan niet een (in)directe verwijzing is naar 14 oktober. Als er geen verwijzing is, dan is het artikel gemiddeld groter dan wanneer er wel wordt verwezen naar de verkiezingen: 153 cm² tegenover 118 cm² ($t=2,781$, $df=278$, $p<0,01$). Of het artikel al dan niet op de eerste pagina van de regiokatern staat, blijkt net als de tijd (op hoeveel dagen/weken van 14 oktober?) geen invloed te hebben op de grootte van het artikel.

De derde onderzoeksvraag handelt over de aard van de nieuwsberichtgeving en wordt in de volgende paragraaf besproken.

6.1.2 Aard berichtgeving

6.1.2.1 Onderwerp één, twee en drie

De aard van de politieke berichtgeving in de regionale katernen van Het Laatste Nieuws en Het Nieuwsblad onderzochten we in de eerste plaats aan de hand van veertien antwoordcategorieën. Elke antwoordcategorie bestaat uit een onderwerp waarover het artikel kan gaan. De veertien categorieën werden op voorhand opgedeeld in inhoud, hoopla en horse race. Dit is de klassieke indeling die binnen de literatuur wordt gebruikt om de aard van politiek getinte artikelen te bestuderen (o.a Van Aelst, 2006 en Van Praag & Brants, 2000). Tabel 2 (p. 61) zet deze opdeling nog eens op een rijtje (zie Bijlage 1: Codeboek voor voorbeelden).

Uit onze analyse blijkt dat in de meeste gevallen politieke artikelen over meer dan één onderwerp handelen. 151 van de 280 artikelen (54%) gaan over minstens twee onderwerpen. 96 artikelen hebben zelfs drie onderwerpen (ongeveer 1 op 3). Dit zijn echter de cijfers voor beide kranten samen. Als we Het Laatste Nieuws en Het Nieuwsblad vergelijken dan is er een significant verschil ($\chi^2=103,601$, $df=12$, $p < .001$). Verkiezingsberichten van Het Laatste Nieuws gaan veel vaker over meer dan twee onderwerpen dan deze van Het Nieuwsblad: 72% van de geanalyseerde berichten in Het Laatste Nieuws gaan over minstens twee onderwerpen, bij Het Nieuwsblad is dit maar 36%. Kijken we naar het aantal berichten met drie onderwerpen dan is het verschil nog

vele groter: 63% tegenover 5%. Een verklaring kan gevonden worden bij de rubriek ‘Dit moet beter in [gemeente/stad]’ in de regiokatern van Het Laatste Nieuws. In deze steeds terugkomende verkiezingsrubriek wordt aan de politieke partijen van een bepaalde stad of gemeente gevraagd om hun visie te geven op vragen en verzuchtingen van inwoners. De antwoorden van de partijen worden systematisch tegenover elkaar geplaatst: oppositie of nieuwe opkomende partijen tegenover het huidige bestuur. Voor deze rubrieken geldt bijna in alle gevallen de combinatie van ‘3, 4 en 10’, de coderingscijfers voor de onderwerpen ‘huidig en toekomstig beleid’ (3), ‘inhoudelijke standpunten’ (4) en ‘electorale strategie partijen’ (10).

Tabel 2 *Opsplitsing politieke berichtgeving in inhoud, hoopla en horse race*

Inhoud	Hoopla	Horse race	Rest
Huidig (bestuurs)beleid	Campagne-events Hoe campagne voeren?	Opiniepeilingen en electoraal onderzoek	Organisatie van de verkiezingen
Toekomstig (bestuurs)beleid	Persoonlijke berichten over politici	Electoraal strategie partijen	Overig
Huidig en toekomstig (bestuurs)beleid	(Leiderschaps)kwaliteiten van politici	Coalitievorming, bestuursvorming, verdeling schepenposten, aanvallen op andere partij (m.b.t. coalitie), kandidaat burgemeester, grootste partij	
Inhoudelijke standpunten en achtergrondinfo over thema's		Commentaar op winst en verlies van partijen (in peilingen, voorspellingen, speculaties,...)	

Naast het aantal onderwerpen, is er eveneens een aanzienlijk verschil wat betreft de aard van de onderwerpen (Over wat gaat het onderwerp?). Zowel de aard van onderwerp één, twee als drie van de regionale verkiezingsartikelen van Het Laatste Nieuws verschillen

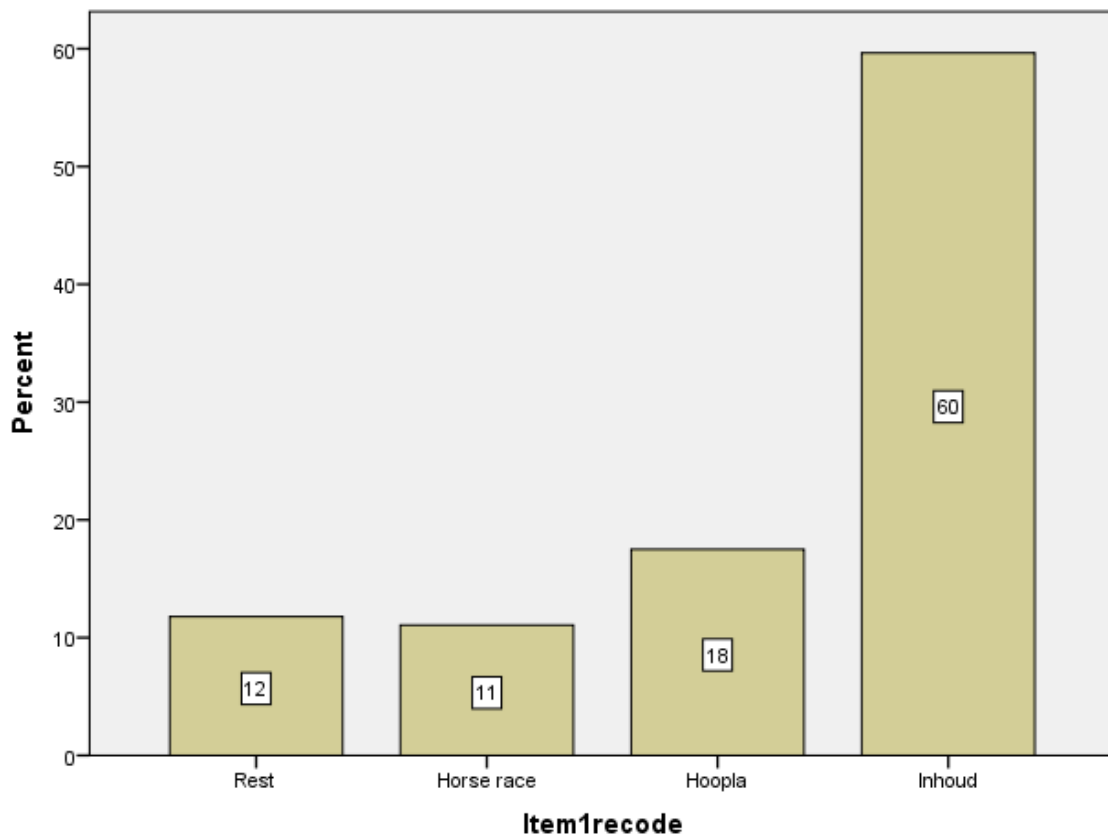
significant van deze van Het Nieuwsblad ($\chi^2=103,601$, $df=12$, $p < .001$; $\chi^2=62,014$, $df=11$, $p < .001$; $\chi^2=43,019$, $df=5$, $p < .001$). Als we kijken naar onderwerp één, dan zien we dat, terwijl Het Laatste Nieuws het sterkst inzet op ‘huidig en toekomstig bestuursbeleid’ (62% van alle krantenartikelen in Het Laatste Nieuws gaan hierover), de artikelen in Het Nieuwsblad vooral gaan over het huidige bestuursbeleid (21% van alle krantenartikelen in Het Nieuwsblad gaan hierover). Het verschil tussen voorgaande procenten (62% tegenover 21%) toont aan dat de variatie van artikelen groter is bij Het Nieuwsblad dan bij Het Laatste Nieuws. De aandacht voor de verschillende onderwerpen is met andere woorden gelijkmatiger verdeeld bij Het Nieuwsblad. Dit geldt ook voor onderwerpen twee en drie.

Het tweede onderwerp dat zowel bij de berichten in Het Nieuwsblad als deze in Het Laatste Nieuws het vaakst aan bod komt, is ‘inhoudelijke standpunten/achtergrondinfo over thema’s’. Bij Het Nieuwsblad is het percentage dat hiermee overeenkomt maar 27% terwijl dit bij Het Laatste Nieuws 74% is. Het bestscorende derde onderwerp bij het Laatste Nieuws is ‘electorale strategie partijen’ (81%), bij Het Nieuwsblad is dat ‘inhoudelijke standpunten/achtergrondinfo over thema’s’ (29%). Op de Figuren 16, 17 en 18 in Bijlage 2 is duidelijk te zien dat in de regionale verkiezingsberichtgeving van Het Nieuwsblad veel minder vaak dezelfde onderwerpen centraal staan dan in de berichtgeving van Het Laatste Nieuws: de blauwe staven die overeenkomen met de artikelen van Het Laatste Nieuws vertonen één of twee piek(en), de groene staven van Het Nieuwsblad daarentegen bevinden zich quasi op gelijke hoogte.

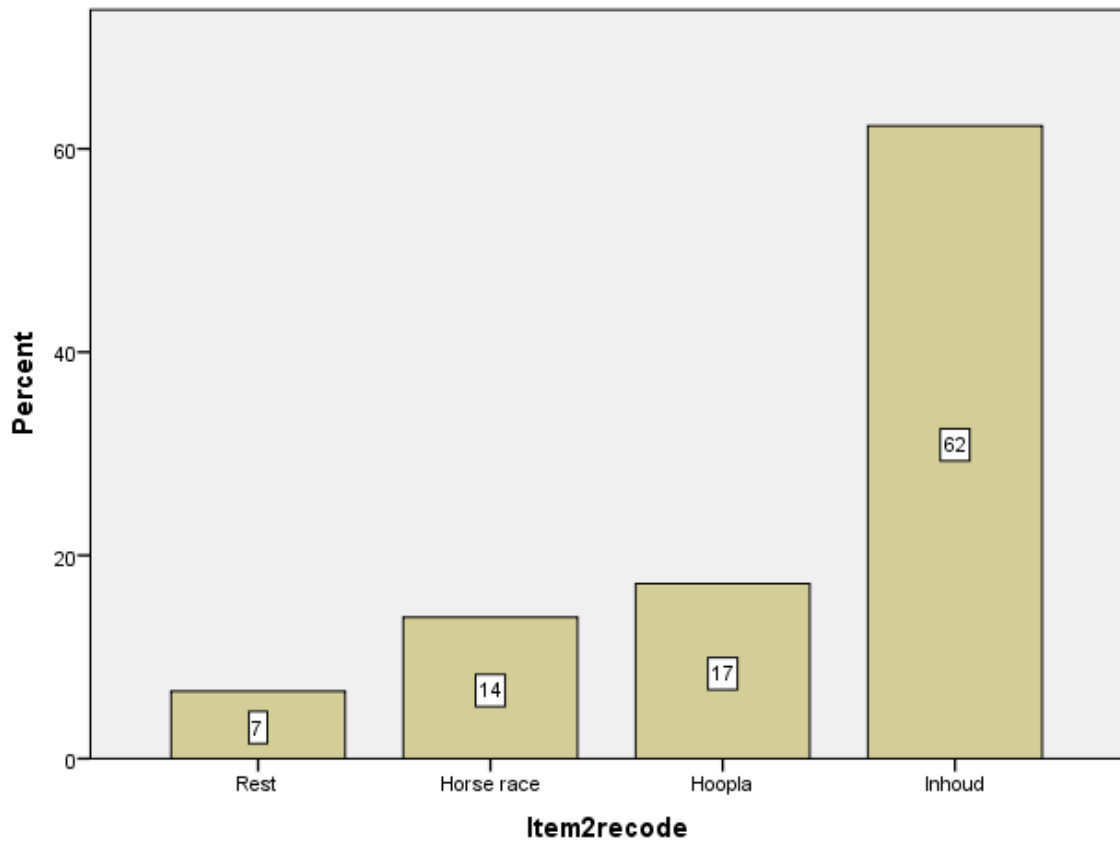
Uit de voorgaande bespreking blijkt dat inhoud nog steeds primeert boven horse race en hoopla: tussen de bestscorende onderwerpen zit slechts één niet-inhoudelijk onderwerp, namelijk ‘electorale strategie partijen’; dit onderwerp wordt hoofdzakelijk en frequent gebruikt door Het Laatste Nieuws (het komt voor in 72 artikels van Het Laatste Nieuws tegenover slechts 1 artikel van Het Nieuwsblad).

Om een beter zicht te krijgen over de verdeling tussen horse race, hoopla en inhoud, hebben we de veertien oorspronkelijke antwoordcategorieën van de variabelen ‘Eerste onderwerp item’, ‘Tweede onderwerp item’ en ‘Derde onderwerp item’ heringedeeld in ‘Inhoud’, ‘Hoopla’, ‘Horse race’ en ‘Rest’.

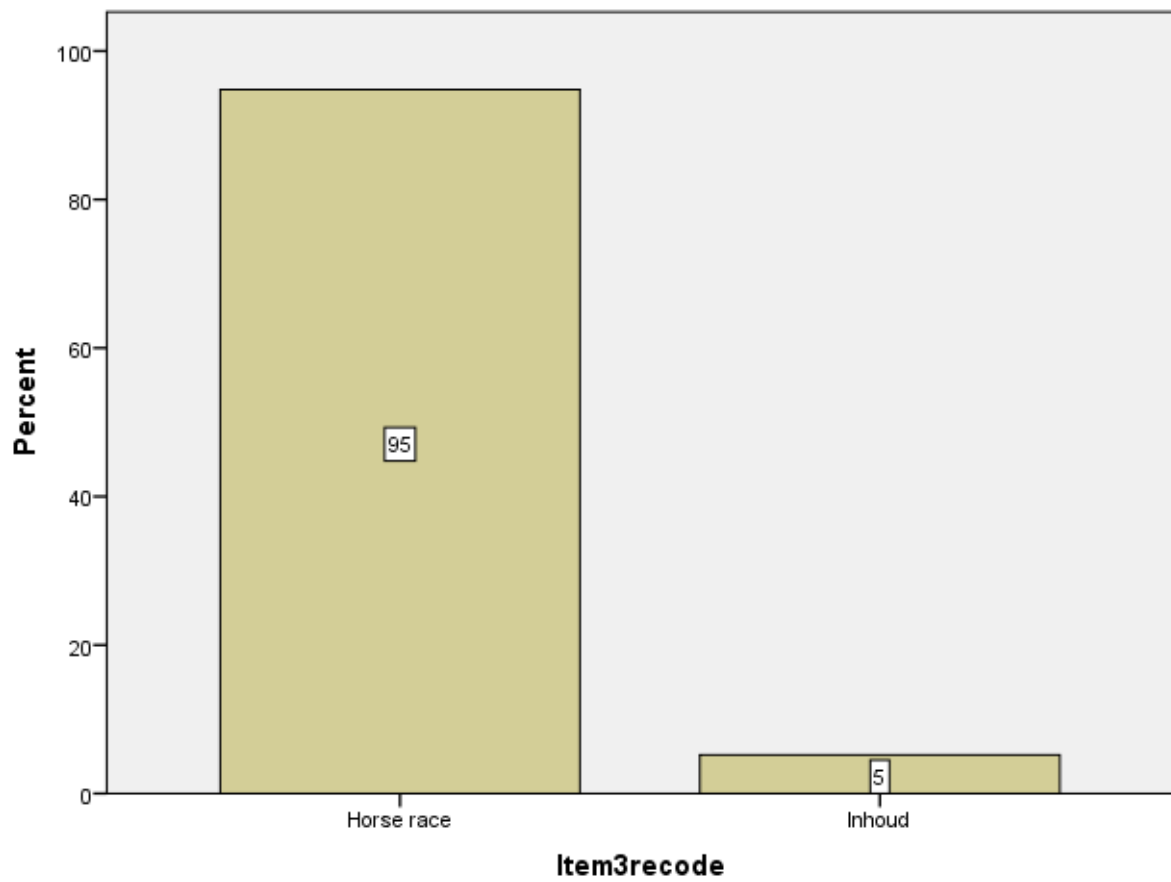
De relatieve aandacht voor de vier categorieën zijn bij onderwerp één en twee gelijkaardig, maar ze verschillen met de verhoudingen bij onderwerp drie (zie Figuren 4, 5 en 6, p. 63-64). Terwijl eerste en tweede onderwerpen voornamelijk over inhoud gaan, is onderwerp drie bijna uitsluitend horse race. Het bestscorende derde onderwerp ‘electorale strategie partijen’ van Het Laatste Nieuws is hier de oorzaak van. Hoopla komt als derde onderwerp niet aan bod. Bij het tweede en derde onderwerp is hoopla nochtans populairder dan horse race. ‘Rest’-onderwerpen, waartoe voornamelijk de organisatie van de verkiezingen behoort (bijvoorbeeld ‘Leren stemmen op het gemeentehuis’), doen het als eerste onderwerp beter dan horse race.



Figuur 4. Aard berichtgeving eerste onderwerp



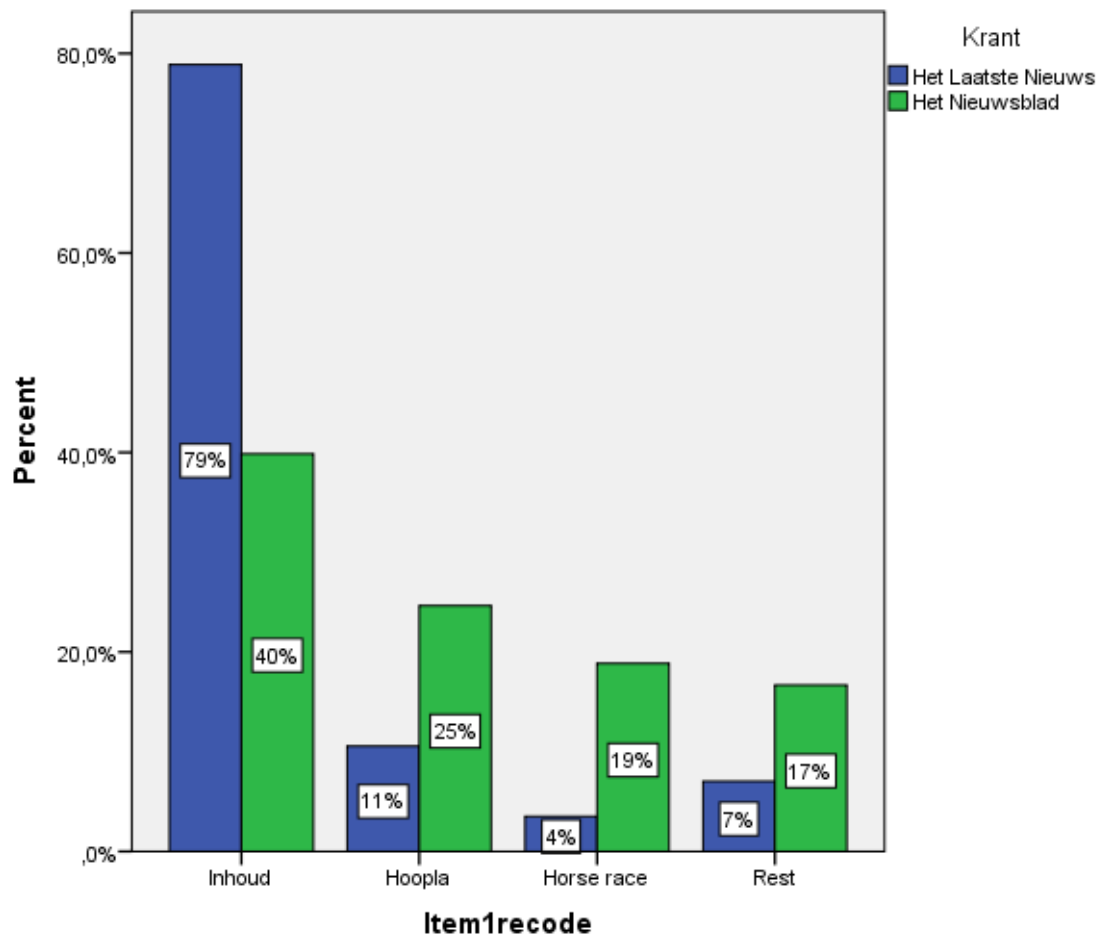
Figuur 5. Aard berichtgeving tweede onderwerp



Figuur 6. Aard berichtgeving tweede onderwerp

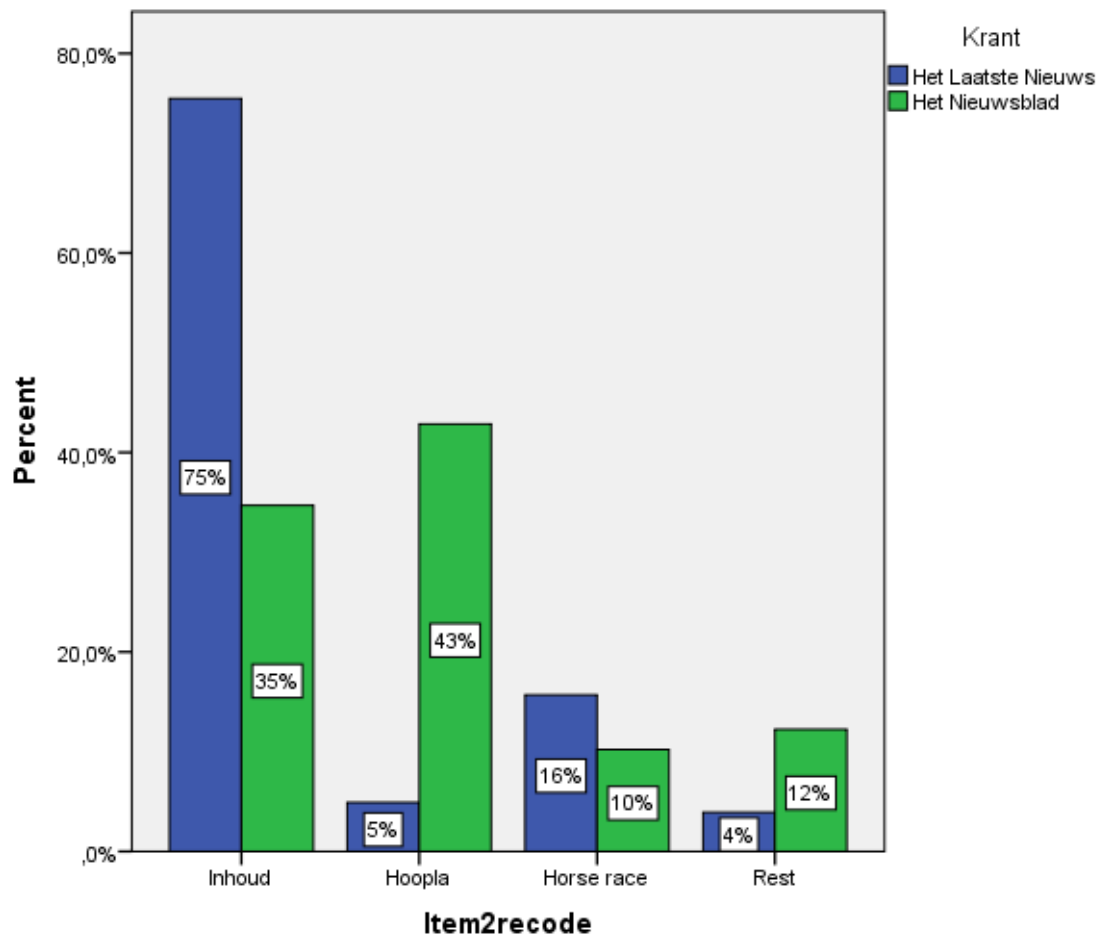
Het Nieuwsblad en Het Laatste Nieuws verschillen niet alleen als we de onderwerpen afzonderlijk bekijken, maar eveneens wanneer we de onderwerpen hergroeperen in inhoud, horse race en hoopla (onderwerp 1: $\chi^2=46,122$, $df=3$, $p < .001$; onderwerp 2: $\chi^2=40,720$, $df=3$, $p < .001$; onderwerp 3: $\chi^2=21,678$, $df=1$, $p < .001$). Ook hier valt op dat Het Laatste Nieuws veel meer inzet op telkens één soort onderwerp. Wat betreft het eerste en tweede onderwerp, is dat inhoud. Het derde onderwerp is voornamelijk horse race. Bij het Nieuwsblad domineert hoopla meer dan bij Het Laatste Nieuws: het eerste en tweede onderwerp zijn net zoals bij Het Laatste Nieuws voornamelijk inhoud respectievelijk horse race, het tweede onderwerp is in tegenstelling tot bij Het Laatste Nieuws in de meeste gevallen hoopla. In de volgende paragrafen overlopen we de verschillen tussen de beide kranten, achtereenvolgens voor onderwerp één, twee en drie.

Het Nieuwsblad schrijft in de eerste plaats inhoudelijke berichten, maar hoopla-, horse race- en overige berichten krijgen in deze krant eveneens een volwaardige plaats. Hoopla komt in 25% van de artikelen aan bod, horse race in bijna 20% en 'rest' in meer dan 15%. In Het Laatste Nieuws bedragen deze percentages minder dan de helft. Het aantal hooplaberichten in Het Laatste Nieuws is 11%, 7% is 'rest' en slechts 4% zijn wedstrijdachtige berichten. Het Laatste Nieuws schrijft daarentegen dubbel zoveel inhoudelijke berichten als Het Nieuwsblad doet (net geen 80% tegenover 40%). Zie Figuur 7 (p. 66).



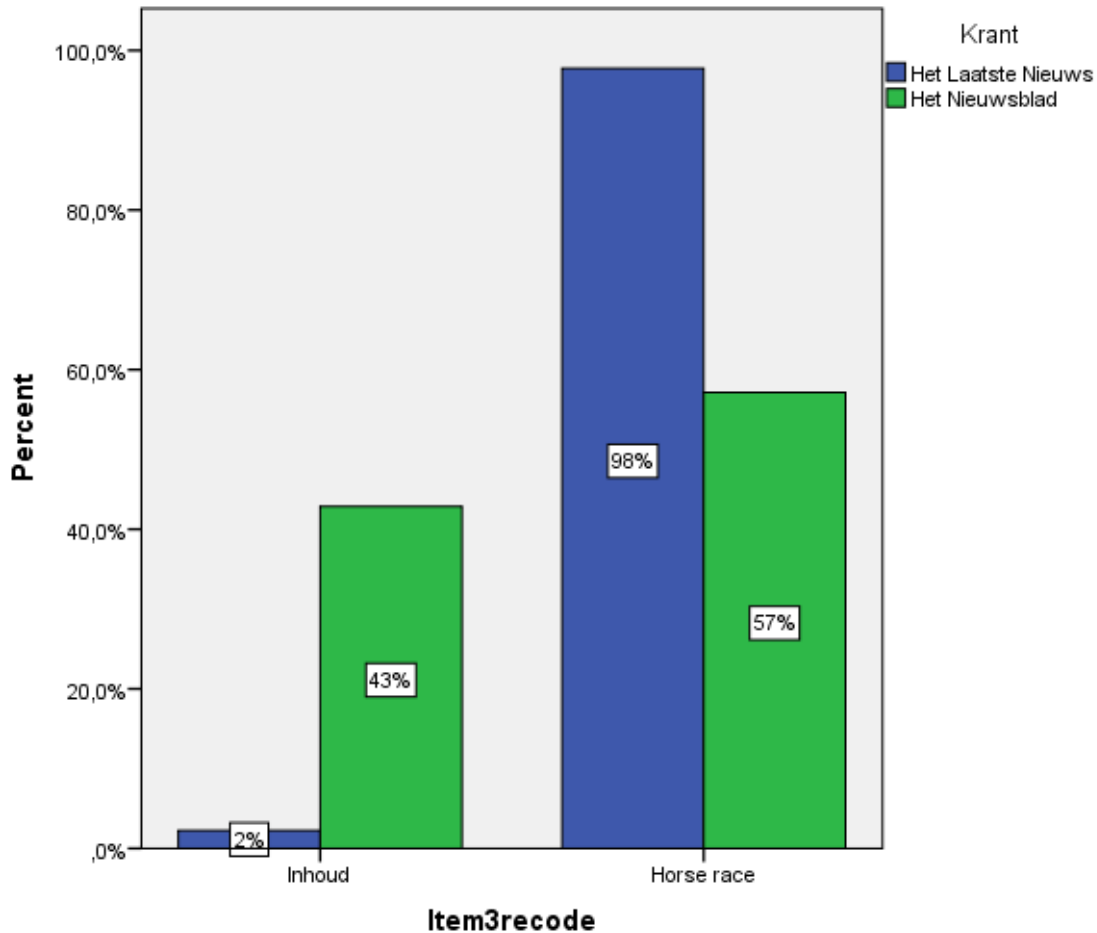
Figuur 7. Aard berichtgeving onderwerp 1: HLN vs. HN

Voor onderwerp twee liggen de verhoudingen helemaal anders (zie Figuur 8, p. 67). Bij Het Nieuwsblad is – zoals hierboven reeds verteld – hoopla nu de winnaar (meer dan 40%). Daarna volgen inhoud (35%), rest (12%) en horse race (10%). Bij Het Laatste Nieuws primeert na inhoud (75%), horse race (16%). Daarna volgen pas hoopla (5%) en rest (4%).



Figuur 8. Aard berichtgeving onderwerp 2: HLN vs. HN

Er zijn slechts twee soorten ‘derde onderwerpen’: horse race en inhoud (zie Figuur 9, p. 68). Bij het Nieuwsblad domineert horse race slechts in beperkte mate (57%). Bij Het Laatste Nieuws ligt het percentage horse race veel hoger (97,8%).



Figuur 9. Aard berichtgeving onderwerp 2: HLN vs. HN

6.1.2.2 Interpretatie en informatie achter de schermen

Naast de onderwerpen van de nieuwsberichten analyseerden we eveneens in welke mate een nieuwsbericht geïnterpreteerd wordt door de journalist en waarbij de journalist dus aan de lezer laat uitschijnen hoe het artikel geïnterpreteerd dient te worden. De journalist drukt op die manier zijn persoonlijke stempel op het artikel. Volgens Lindhout en Van Praag (2000) komt dit soort berichtgeving voornamelijk voor bij horse race. Wedstrijdachtige berichten zouden zich beter lenen tot interpretatie. Uit de analyse blijkt dat deze veronderstelling maar deels opgaat.

In 11% van de artikelen wordt er een expliciete interpretatie van de journalist vastgesteld. Er is een significant verband tussen de aard van de berichtgeving (inhoud, hoopla, horse

race of rest) en een expliciete interpretatie van het nieuws door de journalist. Dit verband geldt enkel voor het eerste onderwerp en het tweede onderwerp¹³. Wat betreft het eerste onderwerp bevatten horse raceberichten het vaakst interpretatie. In bijna 30% van alle berichten met horse race als eerste onderwerp zit er een interpretatie van de journalist. Bij hoopla- en inhoudelijke berichten is dit maar een tiende. De uitspraak van Lindhout en Van Praag (2000) klopt dus inderdaad voor onderwerp één. In het geval van het tweede onderwerp zijn het voornamelijk hoopla-artikelen die een interpretatie van de journalist bevatten (bijna 40%). Voor inhoudelijke en horse race berichten is dit respectievelijk 13% en 14%. We kunnen dus besluiten dat interpretatie niet exclusief bij één soort artikel wordt toegepast. Interpretatie komt zowel bij hoopla, horse race als inhoud voor. In het geval van onderwerp drie domineert interpretatie bij inhoudelijke berichten, al is die dominantie niet significant. Een uitzondering zijn de ‘rest-artikels’ waar in geen enkel geval (niet bij onderwerp één, twee of drie) interpretatie voorkomt.

Een ander soort berichtgeving, dat sterk aanleunt bij interpretatie, is het vermelden van informatie achter de schermen. De journalist pent dan meer neer dan enkel de harde nieuwsfeiten. Hij schrijft ook over niet uitgesproken motieven of wie er aan de touwtjes trekt. Het verhaal achter het verhaal dus. Informatie achter de schermen komt niet vaak voor: slechts in 5% van de verkiezingsberichten. Of er al dan niet informatie achter de schermen voorkomt, hangt weerom af van de aard van de berichtgeving. Zowel in het geval van het eerste, tweede als derde onderwerp is het verband significant¹⁴. Net zoals bij interpretatie, komt informatie achter de schermen voor in zowel inhoudelijke, horse race en hooplaberichten.

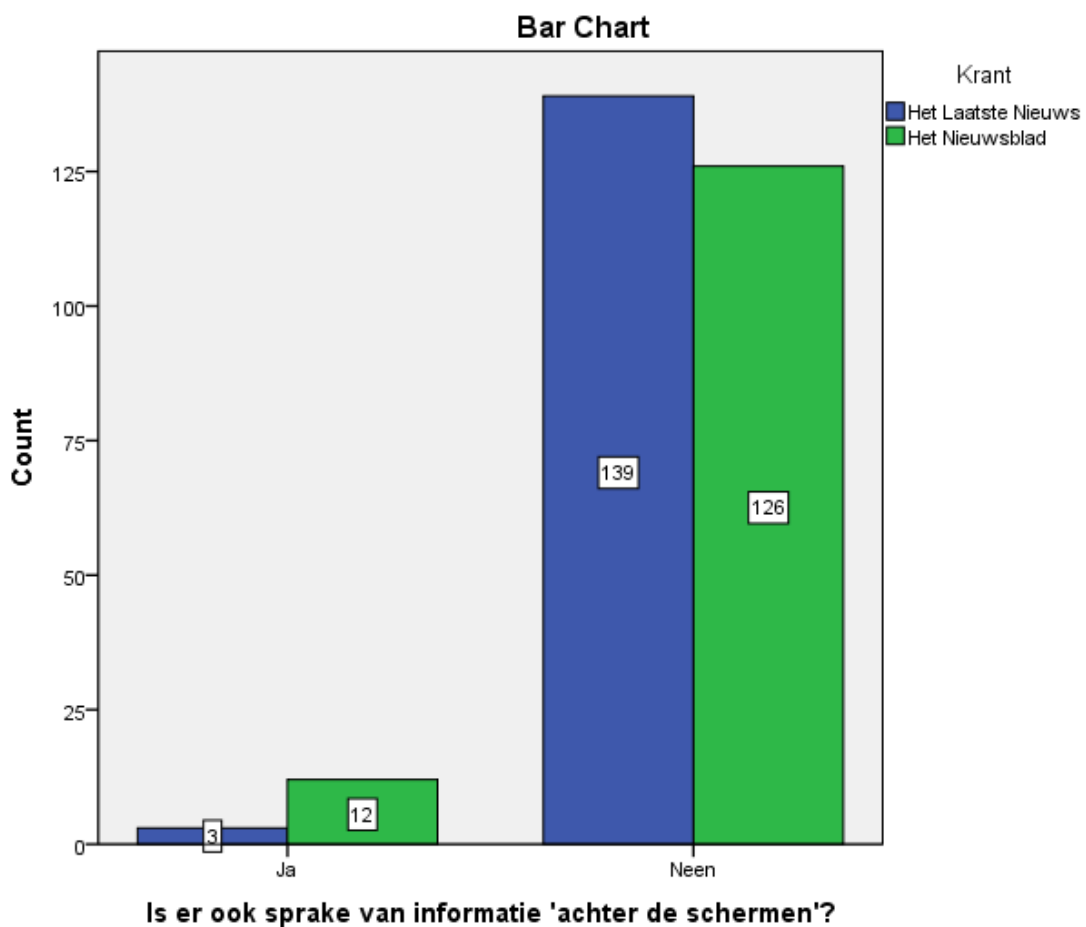
Een bericht met als eerste onderwerp horse race bevat in één op vijf gevallen informatie achter de schermen. Als het eerste onderwerp inhoud of hoopla is, dan schrijft de journalist veel minder vaak over hoe het hele politieke verhaal ‘eigenlijk’ in elkaar zit (6% en 3%). Bij het tweede onderwerp blijkt dat het hoopla-nieuws het grootste aandeel informatie-achter-de-schermen bevat (15% tegenover 5% horse race en 2% inhoud). Bij

¹³ onderwerp 1: $\chi^2=13,891$, $df=3$, $p < .05$; onderwerp 2: $\chi^2=12,072$, $df=3$, $p < .05$

¹⁴ onderwerp 1: $\chi^2=14,930$, $df=3$, $p < .05$; onderwerp 2: $\chi^2=8,619$, $df=3$, $p < .05$; onderwerp 3: $\chi^2=4,962$, $df=1$, $p < .05$

het derde item speelt de achterkamerjournalistiek de grootste rol bij inhoudelijke berichten (20% inhoud tegenover 2% horse race).

Interpretatieve journalistiek komt niet significant vaker voor bij één van beide kranten: Het Nieuwsblad schrijft vijftien interpretatieve artikelen, Het Laatste Nieuws 17. In het geval van informatie achter de schermen is er wel een significant verschil. Het Nieuwsblad schrijft vier keer zoveel artikelen met informatie achter de schermen dan Het Laatste Nieuws ($\chi^2=13,891$, $df=3$, $p < .05$) (zie Figuur 10).



Figuur 10. Informatie achter de schermen: HLN vs. HN

6.1.2.3 Conflicten

De laatste variabelen die te maken hebben met de aard van de berichtgeving, zijn ‘conflict’ en ‘conflictini’. De eerste variabele gaat na of er een conflict is tussen partijen en/of politici. De tweede variabele onderzoekt of het conflict naar voren wordt gebracht door een actor, een journalist of door beide. Het merendeel van de artikelen (77%) is niet conflictueus. In het geval van een conflict gaat het in bijna negen op de tien gevallen over een inhoudelijk conflict: over een beleidsvoorstel of een standpunt. Een niet-inhoudelijk conflict (een persoonlijke aanval op een persoon of partij) komt slechts acht keer voor (12%). Bijna drie op vier conflicten wordt naar voren geschoven door een politieke actor. 15% van de conflicten wordt door zowel een politieke actor als door een journalist gesuggereerd. In praktijk betekent dit dat een politicus of partij via een (in)direct citaat aangeeft het niet eens te zijn met een andere partij of een politicus en dat de journalist dit nog versterkt via interpretatieve woorden, de gekozen lay-out of het gebruik van tussentitels (bepaalde zinnen worden eruit gelicht zodat het conflict in de verf komt te staan). In 10% van de artikelen wordt het conflict volledig naar voren gebracht door de journalist.

Het Nieuwsblad en Het Laatste Nieuws verschillen significant van elkaar wat betreft ‘conflict’ en ‘conflictini’¹⁵. Het Nieuwsblad schrijft 9% minder conflictueuze berichten dan Het Laatste Nieuws: in 87% van de artikelen van Het Nieuwsblad staat geen conflict, in Het Laatste Nieuws is maar 67% conflictvrij. De journalisten van Het Nieuwsblad schrijven – desondanks de aantallen zeer gering zijn - meer over niet-inhoudelijke conflicten dan Het Laatste Nieuws: 3,5% tegenover 2%. Inhoudelijke conflicten in Het Laatste Nieuws gaan voornamelijk tussen zowel personen als tussen partijen (17%). Bij Het Nieuwsblad doen de inhoudelijke conflicten zich in de eerste plaats voor tussen partijen (5%). Tabel 3 (p. 71) brengt het bovenstaande in beeld.

¹⁵ conflict $\chi^2=25,907$, $df=7$, $p < .05$; conflictini: $\chi^2=25,907$, $df=7$, $p < .05$

Tabel 3 Conflict HLN vs. HN

			Krant		Total
			Het Laatste Nieuws	Het Nieuwsblad	
Is er sprake van een conflict of aanvallen op andere partijen/politici?	Neen	Count	95	120	215
		% within Krant	66,9%	87,0%	76,8%
		% of Total	33,9%	42,9%	76,8%
	Ja, inhoudelijk conflict/aanval tussen partijen	Count	15	7	22
		% within Krant	10,6%	5,1%	7,9%
		% of Total	5,4%	2,5%	7,9%
	Ja, inhoudelijk conflict/aanval tussen personen	Count	1	0	1
		% within Krant	0,7%	0,0%	0,4%
		% of Total	0,4%	0,0%	0,4%
	Ja, inhoudelijk conflict/aanval tussen persoon en partij	Count	4	3	7
% within Krant		2,8%	2,2%	2,5%	
% of Total		1,4%	1,1%	2,5%	
Ja, niet-inhoudelijk conflict/aanval tussen personen	Count	2	1	3	
	% within Krant	1,4%	0,7%	1,1%	
	% of Total	0,7%	0,4%	1,1%	
Ja, zowel inhoudelijk conflict/aanval tussen personen als tussen partijen	Count	24	3	27	
	% within Krant	16,9%	2,2%	9,6%	
	% of Total	8,6%	1,1%	9,6%	
Ja, zowel niet-inhoudelijk conflict/aanval tussen partijen	Count	1	2	3	
	% within Krant	0,7%	1,4%	1,1%	
	% of Total	0,4%	0,7%	1,1%	
Ja, zowel niet-inhoudelijk als inhoudelijk conflict tussen zowel personen als partijen	Count	0	2	2	
	% within Krant	0,0%	1,4%	0,7%	
	% of Total	0,0%	0,7%	0,7%	
Total	Count	142	138	280	
	% within Krant	100,0%	100,0%	100,0%	
	% of Total	50,7%	49,3%	100,0%	

Het Laatste Nieuws schrijft dus meer conflictueuze berichten dan Het Nieuwsblad. Deze conflicten worden zowel door politieke actoren, als door journalisten, als door beide naar voren gebracht. In totaliteit zijn er dus meer politieke actoren en/of journalisten die conflicten aanbrenge in Het Laatste Nieuws dan in Het Nieuwsblad. Als we het aantal niet-conflictueuze berichten uit de analyse laten, blijkt dat er geen significant verschil is tussen Het Nieuwsblad en Het Laatste Nieuws. Toch is het noemenswaardig dat in Het Nieuwsblad in 17% van haar conflictueuze artikelen het conflict door een journalist naar voren wordt geschoven, terwijl dat in Het Laatste Nieuws maar voor 8,5% van haar conflictueuze berichten geldt (zie Tabel 4, p. 73).

Tabel 4 Conflictini (enkel conflictueuze berichtgeving): HLN vs HN*

			Krant		Total
			Het Laatste Nieuws	Het Nieuwsblad	
Wordt het bovengenoemde conflict naar voren gebracht door een actor of door een journalist?	Actor	Count	36	12	48
		% within Krant	76,6%	66,7%	73,8%
		% of Total	55,4%	18,5%	73,8%
	Journalist	Count	4	3	7
		% within Krant	8,5%	16,7%	10,8%
		% of Total	6,2%	4,6%	10,8%
	Beide	Count	7	3	10
		% within Krant	14,9%	16,7%	15,4%
		% of Total	10,8%	4,6%	15,4%
Total	Count	47	18	65	
	% within Krant	100,0%	100,0%	100,0%	
	% of Total	72,3%	27,7%	100,0%	

(*) Geen significant verschil: $\chi^2=1,004$, $df=2$, $p = 0,605$

6.1.3 Soort berichtgeving

In totaal gebruiken Het Laatste Nieuws en Het Nieuwsblad vijf soorten berichtgeving om over de regionale verkiezingen te schrijven: het nieuwsbericht, de vaste verkiezingsrubriek, het opiniestuk of column (geschreven door de journalist), het achtergrondverhaal en het foto-onderschrift. Het nieuwsbericht is het klassieke nieuwsartikel. De vaste verkiezingsrubriek is een rubriek die iedere dag of week opnieuw verschijnt in telkens dezelfde lay-out. In het opiniestuk of column is de journalist vrijer dan in het klassieke nieuwsstuk. Hierin mag en kan hij zijn mening geven over verkiezingsresultaten, opiniepeilingen, het bestuursbeleid van een gemeente enz. Het foto-onderschrift bestaat uit een foto en enkele bijhorende zinnen. De foto primeert boven de tekst. In een portret of profiel staat een persoon centraal. Een interview is een vraaggesprek met één of meerdere personen (“Journalistiek: genres binnen de journalistiek”, 2008).

De soort berichtgeving van Het Laatste Nieuws en Het Nieuwsblad verschilt significant ($\chi^2=87,186$, $df=4$, $p < 0,001$). Tabel 5 (p. 74) geeft dit weer. Het Nieuwsblad schrijft meer dan dubbel zoveel klassieke nieuwsberichten als Het Laatste Nieuws. Het Laatste Nieuws verkiest vaste verkiezingsrubrieken boven de andere genres en hanteert dit format bijna

zes keer zo vaak als Het Nieuwsblad. Opvallend is eveneens dat achtergrondverhalen en foto-onderschriften enkel door Het Nieuwsblad worden gebruikt, het opiniestuk komt dan weer enkel voor bij Het Laatste Nieuws. Het interview, het opiniestuk geschreven door derden (dus niet door de journalist) en het portret of profiel worden zowel door Het Laatste Nieuws als door Het Nieuwsblad niet gebruikt.

Tabel 5 Soort berichtgeving: HLN vs. HN

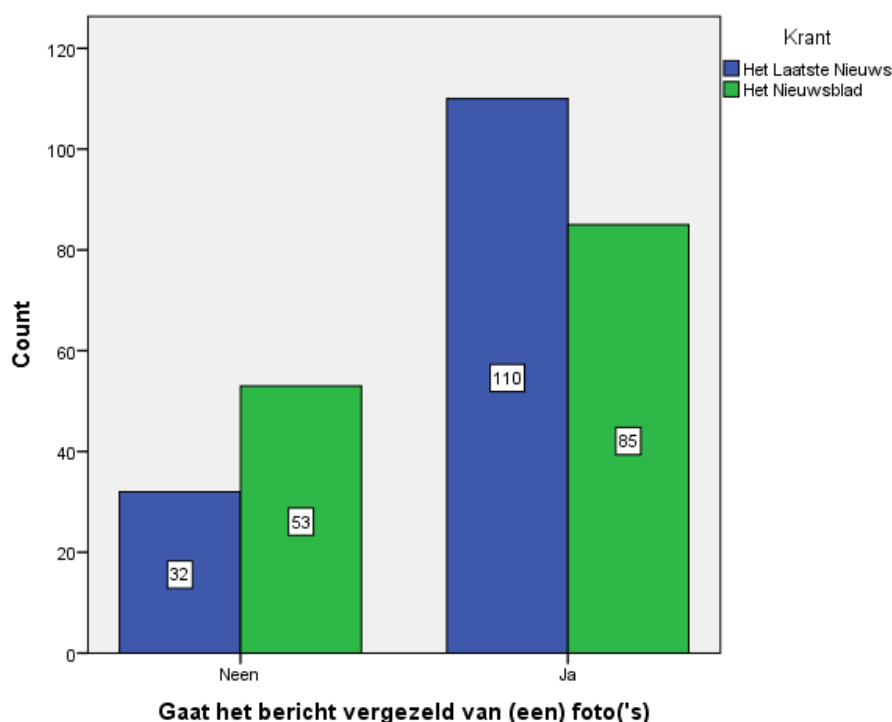
			Krant		Total
			Het Laatste Nieuws	Het Nieuwsblad	
Wat voor soort bericht is het?	nieuwsbericht	Count	53	107	160
		% within Krant	37,3%	77,5%	57,1%
		% of Total	18,9%	38,2%	57,1%
	vaste verkiezingsrubriek	Count	85	15	100
		% within Krant	59,9%	10,9%	35,7%
		% of Total	30,4%	5,4%	35,7%
	opinie of column (door redacteur of journalist)	Count	4	0	4
		% within Krant	2,8%	0,0%	1,4%
		% of Total	1,4%	0,0%	1,4%
	achtergrondverhaal/ (nieuws-)analyse	Count	0	13	13
		% within Krant	0,0%	9,4%	4,6%
		% of Total	0,0%	4,6%	4,6%
	foto-onderschrift	Count	0	3	3
		% within Krant	0,0%	2,2%	1,1%
		% of Total	0,0%	1,1%	1,1%
Total	Count	142	138	280	
	% within Krant	100,0%	100,0%	100,0%	
	% of Total	50,7%	49,3%	100,0%	

De vooropgestelde hypothese wordt niet bekrachtigd. Klassieke nieuwsberichten primeren enkel in Het Nieuwsblad, terwijl we dachten dat ze in beide kranten zouden domineren. Het Nieuwsblad gebruikt ook niet meer verkiezingsrubrieken dan Het Laatste Nieuws. Het omgekeerde is net waar. De enige veronderstelling die toch opgaat is dat Het Nieuwsblad vaker achtergrondbeschouwingen schrijft dan Het Laatste Nieuws.

6.1.4 Lay-out berichtgeving

70% van alle regionale verkiezingsberichten zijn vergezeld van een foto. Slechts één procent van alle berichten bevat een tekening, tabel of grafiek. Tussen Het Laatste Nieuws en Het Nieuwsblad is er een significant verschil op vlak van het al dan niet publiceren van foto's en grafieken/tabellen ($\chi^2=8,338$, $df=1$, $p < 0,05$ en $\chi^2=3,944$, $df=1$, $p < 0,05$). Wat betreft tekeningen verschillen de kranten niet.

Figuur 11 geeft weer dat zowel in Het Laatste Nieuws als in het Nieuwsblad het merendeel van de artikelen vergezeld wordt door een foto. Bij Het Laatste Nieuws zijn het er echter significant meer dan bij Het Nieuwsblad: 110 tegenover 85. Op een totaal van 280 artikelen betekent dit 78% tegenover 62%. Kijken we naar de verhouding binnen de krant, dan betekent dit 39% bij Het Laatste Nieuws en 30% bij Het Nieuwsblad (39% van alle Het Laatste Nieuwsartikelen hebben een foto, slechts 30% van alle Het Nieuwsbladartikelen hebben een foto).



Figuur 11. Bijhorende foto: HLN vs. HN

Het verschil tussen Het Nieuwsblad en Het Laatste Nieuws wat betreft een tabel of grafiek, zit in het feit dat Het Nieuwsblad er geen en Het Laatste Nieuws er wel toevoegt aan haar regionale verkiezingsberichten. In vier artikelen van Het Laatste Nieuws vonden we een tabel of grafiek. Dit komt neer op nog geen 1,5% van alle 280 artikelen of net geen 3% van alle onderzochte Het Laatste Nieuwsartikelen.

Kijken we naar de grootte van de foto's, illustraties en tabellen of grafieken, dan is er enkel een significant verschil bij de foto's ($t=-4,914$, $df=193$, $p<0,001$). Het Nieuwsblad heeft significant grotere foto's dan Het Laatste Nieuws. Een gemiddelde foto bij Het Nieuwsblad is 53 cm^2 groot, foto's bij Het Laatste Nieuws zijn daarentegen gemiddeld

maar 33 cm² groot. Een verschil dus van 20 cm². De gemiddelde tekeninggrootte bij Het Laatste Nieuws bedraagt 14 cm², bij Het Nieuwsblad is dit 32 cm² (geen significant verschil). De gemiddelde tabel/grafiekgrootte is 37 cm². Zoals reeds vermeld, publiceert enkel Het Laatste Nieuws tabellen en grafieken.

Het Nieuwsblad publiceert gemiddeld niet significant meer foto's dan Het Laatste Nieuws: 1,16 tegenover 1,12. Er is wel een significant verschil als we de aantallen apart bekijken en we de artikelen zonder foto mee in rekening brengen: hoe vaak komt een foto aan bod met nul, één, twee, drie,...of meer foto's ($\chi^2=13,574$, $df=5$, $p < 0,05$)? Hoewel zowel Het Laatste Nieuws als Het Nieuwsblad voornamelijk één foto bij hun artikels plaatsen (72% en 57%), publiceert Het Laatste Nieuws vaker drie en vier foto's bij een artikel dan Het Nieuwsblad (4% en 0,7% tegenover 1,4% en 0%). Deze laatste krant plaatste dan weer eenmalig zeven foto's bij een artikel (0,7%).

De vierde hypothese wordt maar deels bekrachtigd. In Het Laatste Nieuws wordt een regionaal verkiezingsartikel inderdaad vaker vergezeld van een foto en een grafiek of tabel dan in Het Nieuwsblad. Het Laatste Nieuws publiceert gemiddeld niet meer foto's dan Het Nieuwsblad. Bovendien zijn de foto's in Het Laatste Nieuws kleiner dan deze in Het Nieuwsblad. Er is er geen verschil op vlak van het aantal tabellen/grafieken en hun gemiddelde grootte. Het Laatste Nieuws maakt ten slotte niet vaker of meer gebruik van illustraties dan Het Nieuwsblad.

6.1.5 Personalisering

We bekijken de mate van personalisering eerst in de hoofdkop, nadien in de tekst en op de foto.

6.1.5.1 Personalisering in krantenkop

In 8,5% van de onderzochte artikelen staat de naam van een politicus in de krantenkop. Het Nieuwsblad en Het Laatste Nieuws verschillen niet significant van elkaar, niet qua aantal politieke namen en ook niet op vlak van welke naam in de koppen staat. In 13 artikelen van Het Laatste Nieuws en in elf artikelen van Het Nieuwsblad bevat de

hoofdkop¹⁶ de naam van een politicus. Frans Peeters (CD&V Geel), Kaat Somers (sp.a Zoersel) en Paul Versteylen (De Stadlijst Turnhout) staan het vaakst in de titel. Alle drie worden ze twee keer vermeld. Alle andere politici komen slechts één keer aan bod. Frans Peeters en Paul Versteylen komen allebei twee keer in een titel van Het Laatste Nieuws voor, Kaat Somers twee keer in een titel van Het Nieuwsblad. Dat deze drie politici dubbel zo vaak in de titel staan als de andere, heeft hoogstwaarschijnlijk te maken met hun nieuwswaarde. Ze wijken af van het normale: Burgemeester Frans Peeters nam afscheid van de politiek en stond bijgevolg niet op de lijst van CD&V voor de gemeenteraadsverkiezingen op 14 oktober 2012. Kaat Somers was de jongste sp.a-kandidate in Vlaanderen. Oud-schepen Paul Versteylen ten slotte overleed enkele dagen voor de verkiezingen.

In totaal vermeldden Het Laatste Nieuws en Het Nieuwsblad 57 keer een partij in een hoofdkop. Met andere woorden komt er in 20% van de 280 onderzochte artikelen een partijnaam voor in de titel. Tussen beide kranten is er een significant verschil wat betreft het al dan niet vermelden van een partijnaam in de kop ($\chi^2=12,495$, $df=1$, $p < .001$). Zo vermeldt Het Laatste Nieuws 'maar' 17 keer een partij in haar krantentitels, terwijl Het Nieuwsblad dit meer dan tweemaal zoveel doet, namelijk 40 keer.

Het Laatste Nieuws vermeldt in haar koppen een partijnaam 1,3 keer meer dan de naam van een politicus (17 partijnamen vs. 13 politici). Het Nieuwsblad vermeldt in haar koppen een partijnaam 3,6 keer meer dan de naam van een politicus (40 partijnamen vs. 11 politici). Personificatie doet zich dus in beide kranten niet voor op het niveau van de koppen: zowel Het Laatste Nieuws als het Nieuwsblad vermelden vaker een partij dan een politicus. Bij het Nieuwsblad is de focus op partijen wel bijna drie keer zo groot als bij Het Laatste Nieuws.

6.1.5.2 Personalisering in tekst

De actoren die als eerste, als tweede en als derde worden vernoemd in een regionaal verkiezingsartikel, zijn hoofdzakelijk regionale politici. Bijna de helft van alle actoren die als eerste worden vermeld zijn een regionale politicus, bij deze die als tweede en derde

¹⁶ de grootste kop boven het artikel

worden vernoemd gaat het over 40%¹⁷ respectievelijk 34%¹⁸. Indien er een vierde en vijfde actor in de tekst aanwezig is, gaat het eveneens in de meeste gevallen over een regionale politicus (20%¹⁹ respectievelijk 15%²⁰). Een regionale politieke partij is de tweede populairste actor. Dit geldt voor alle actoren (ongeacht of ze als eerste, tweede, derde, vierde of vijfde worden vernoemd). Een regionale politicus komt bijna twee keer zo vaak aan bod als een regionale partij (437 keer tegenover 253 keer). In tegenstelling tot de koppen, doet personificatie zich dus wel voor in de tekst.

Het Laatste Nieuws en Het Nieuwsblad verschillen niet significant van elkaar wat betreft het geven van meer of minder aandacht aan een bepaalde politicus (het meer of minder vermelden van de naam van een politicus). De populairste politici zijn Jan Peeters (sp.a), Paul Rotthier (CD&V), Francis Stijnen (CD&V), Frans Peeters (CD&V) en Guy Van Hirtum (CD&V). Als eerste actor worden zij het vaakst vermeld, namelijk vijf of zes keer, en met uitzondering van Paul Rotthier worden ze allemaal ook nog als tweede, derde, vierde of vijfde actor in meerdere artikels vermeld. Jan Peeters (sp.a) is de absolute topper en verschijnt in totaal in veertien artikels: zes keer als eerste actor, vier keer als tweede actor, drie keer als derde actor en 1 keer als vierde actor. De bovengenoemde favoriete actoren waren allemaal burgemeester voor de gemeenteraadsverkiezingen op 14 oktober 2012 werden gehouden. We kunnen dus spreken van een ‘burgemeestersbonus’, waarbij de burgemeesters meer aandacht krijgen dan de andere kandidaten. Deze extra aandacht levert niet in alle gevallen een burgemeesterssjerp op. Francis Stijnen wordt in Turnhout bijvoorbeeld niet herkozen. Paul Rotthier, Jan Peeters, en Guy Van Hirtum blijven wel burgemeester in respectievelijk Mol, Herentals en Westerlo. 60% wordt dus opnieuw burgemeester.

Het Laatste Nieuws en Het Nieuwsblad verschillen wel significant bij ‘actor2’ en ‘actor3’, de variabelen die gebruikt worden om na te gaan wat voor soort actor, actor twee en actor drie zijn (Is de actor een regionale politicus, regionale partij, vereniging,

¹⁷ Van het totaal aantal actoren, inclusief ‘Geen specifieke actor’

¹⁸ Idem

¹⁹ Idem

²⁰ Idem

burger,...?) ($\chi^2=29,168$, $df=10$, $p < 0,05$ en $\chi^2=31,060$, $df=10$, $p < 0,05$). Wanneer we de resultaten nader bekijken, dan zien we echter dat er vooral een verschil is tussen het al dan niet vermelden van een actor. Terwijl Het Nieuwsblad in 29 artikels (21% van al haar artikels) geen tweede actor vermeldt, zijn er in Het Laatste Nieuws slechts 4 artikels (2,8% van al haar artikels) zonder tweede actor. Voor actor drie geldt hetzelfde: Het Nieuwsblad vermeldt vaker geen derde actor dan Het Laatste Nieuws. In 63 artikels van Het Nieuwsblad komt geen derde actor voor, bij Het Laatste Nieuws is dat maar de helft: 31 artikels zonder derde actor. Wanneer we enkel de artikels mét tweede en mét derde actor selecteren, blijkt er dan ook geen significant verschil meer te zijn: de verhoudingen in de kranten wat betreft soort actor zijn nu gelijkaardig. Ook wat betreft actor 1, 4 en 5 blijven de kranten niet-significant verschillend wanneer we enkel de artikels mét actor selecteren.

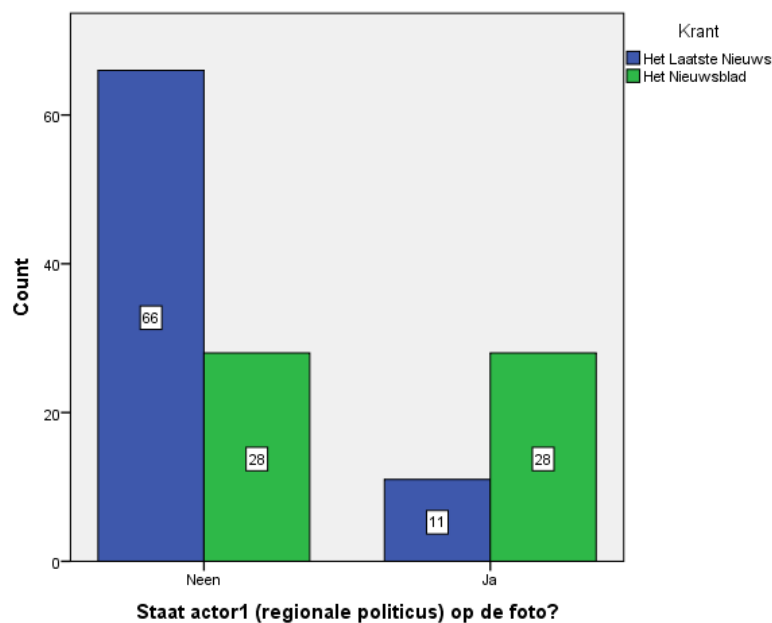
Figuren 19, 20, 21, 22 en 23 in Bijlage 2 geven de verhoudingen weer op vlak van soorten actoren. Naast de dominantie van regionale politici (voor regionale politici is zoals reeds vermeld de meeste aandacht en er is vaak dubbel zoveel aandacht voor politici dan partijen), valt eveneens het aandeel van een (internationale) instelling op. Dit soort actor krijgt de derde meeste aandacht. Verder krijgen burgers, belangengroeperingen en binnenlandse politici (provinciaal, federaal of Vlaams/Waals niveau) redelijk wat aandacht. Media en experts worden ten slotte nauwelijks vermeld.

We kunnen besluiten dat in de tekst zowel personalisering voorkomt bij Het Laatste Nieuws als bij Het Nieuwsblad en dat de verhouding tussen politici en partijen ongeveer twee tegenover één is: als er in een tekst één partij vermeld wordt, dan zullen er ook twee politici instaan.

6.1.5.3 Personalisering op foto's

21% van de vermelde regionale politici staan op de foto. Regionale politici die als eerste actor in een tekst aan bod komen, hebben de meeste kansen om op de foto te staan: bijna 30% staat op de bijhorende foto. Regionale politici die als vierde actor worden vermeld, staan het minst vaak op de foto (maar 7%). Als ze als tweede, derde of vijfde actor vermeld worden, hebben regionale politici ongeveer één kans op vijf om op de foto te staan.

Verschillen tussen het Laatste Nieuws en Het Nieuwsblad zijn er bij actoren 1 en 2. Wanneer een regionale politicus als eerste of tweede actor aan bod komt, dan staat die in Het Nieuwsblad significant vaker op een bijhorende foto dan in Het Laatste Nieuws ($\chi^2=19,954$, $df=1$, $p < 0,001$ en $\chi^2=6,081$, $df=1$, $p < 0,05$). Deze vaststelling staat haaks op onze vooropgestelde hypothese waarbij we dachten dat Het Laatste Nieuws net zoals bij het onderzoek van Van Aelst (2006) Het Nieuwsblad zou overtreffen wat betreft politici op de foto. Figuren 12 en 13 (p. 80-81) brengen het verschil tussen beide kranten in beeld. Niet enkel in aantallen, maar ook procentueel gezien, staan de regionale politici in Het Nieuwsblad vaker op de foto. 50%²¹ van alle eerstgenoemde regionale politici staan op de foto in Het Nieuwsblad, in Het Laatste Nieuws is dat slechts 14%²². Wat betreft de regionale politici die als tweede actor worden genoemd, liggen de percentages lager: 33%²³ staat in Het Nieuwsblad op de foto, 13%²⁴ in Het Laatste Nieuws.



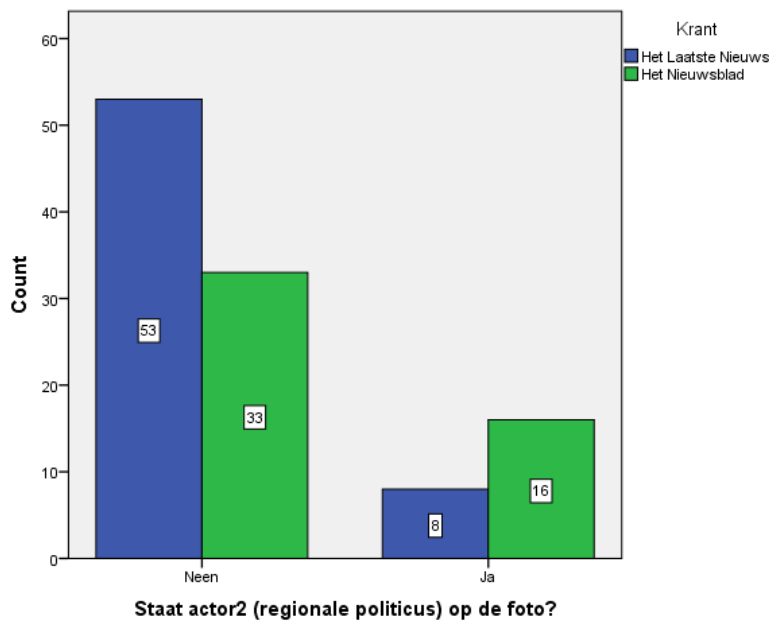
Figuur 12. Actor 1 is regionale politicus. Staat hij/zij op foto? HLN vs. HN

²¹ Percentage binnen de krant.

²² Idem

²³ Idem

²⁴ Idem



Figuur 13. Actor 2 is regionale politicus. Staat hij/zij op foto? HLN vs. HN

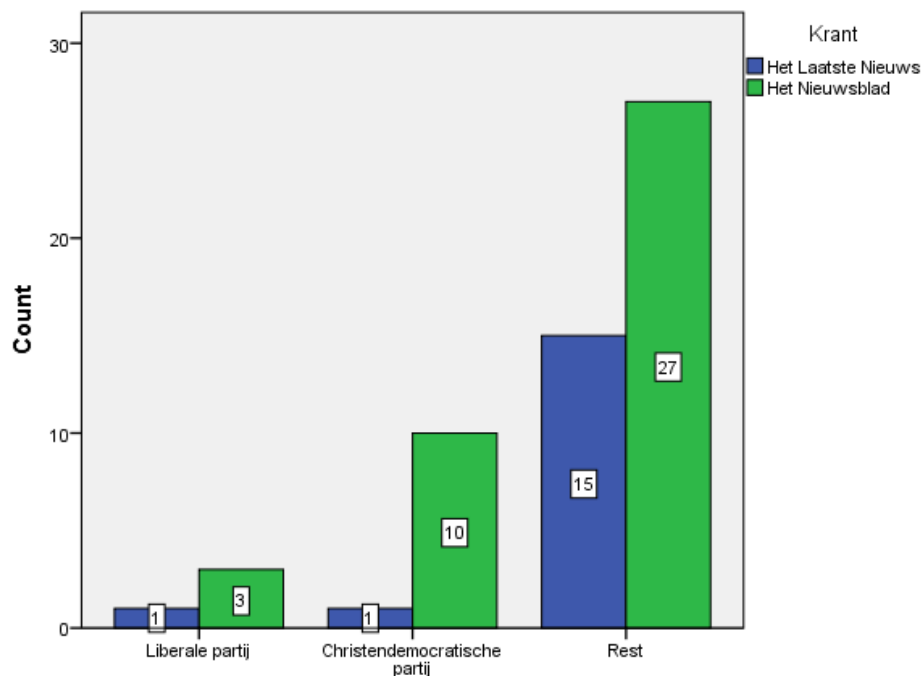
We kunnen besluiten dat de personaliseringstendens zich ook in de regionale verkiezingsberichtgeving voordoet. Deze tendens valt voornamelijk op in de teksten van de artikels en de bijhorende foto's. In de teksten is er geen verschil tussen Het Laatste Nieuws en Het Nieuwsblad: beide kranten focussen ongeveer dubbel zoveel op politici dan op politieke partijen. Onverwacht plaatsen journalisten van Het Nieuwsblad (significant) vaker regionale politici op de foto dan deze van Het Laatste Nieuws. Personificatie doet zich niet voor in de koppen: zowel Het Laatste Nieuws als het Nieuwsblad plaatst vaker een partij dan een politicus in een krantenkop. De verhouding partij/politicus is bij Het Nieuwsblad bijna drie keer zo groot als bij Het Laatste Nieuws (Het Nieuwsblad focust aanzienlijk meer op politieke partijen dan Het Laatste Nieuws doet in haar koppen).

6.2 De kranten als onafhankelijke actor

We analyseerden op twee niveaus of Het Laatste Nieuws en Het Nieuwsblad meer aandacht schenken aan hun oorspronkelijke zuilpartij. We keken zowel naar de politieke partijen in de krantenkoppen als in de tekst. Op beide niveaus onderzochten we of de voorkeur voor bepaalde politieke partijen afhangt van de soort krant (Het Laatste Nieuws of Het Nieuwsblad).

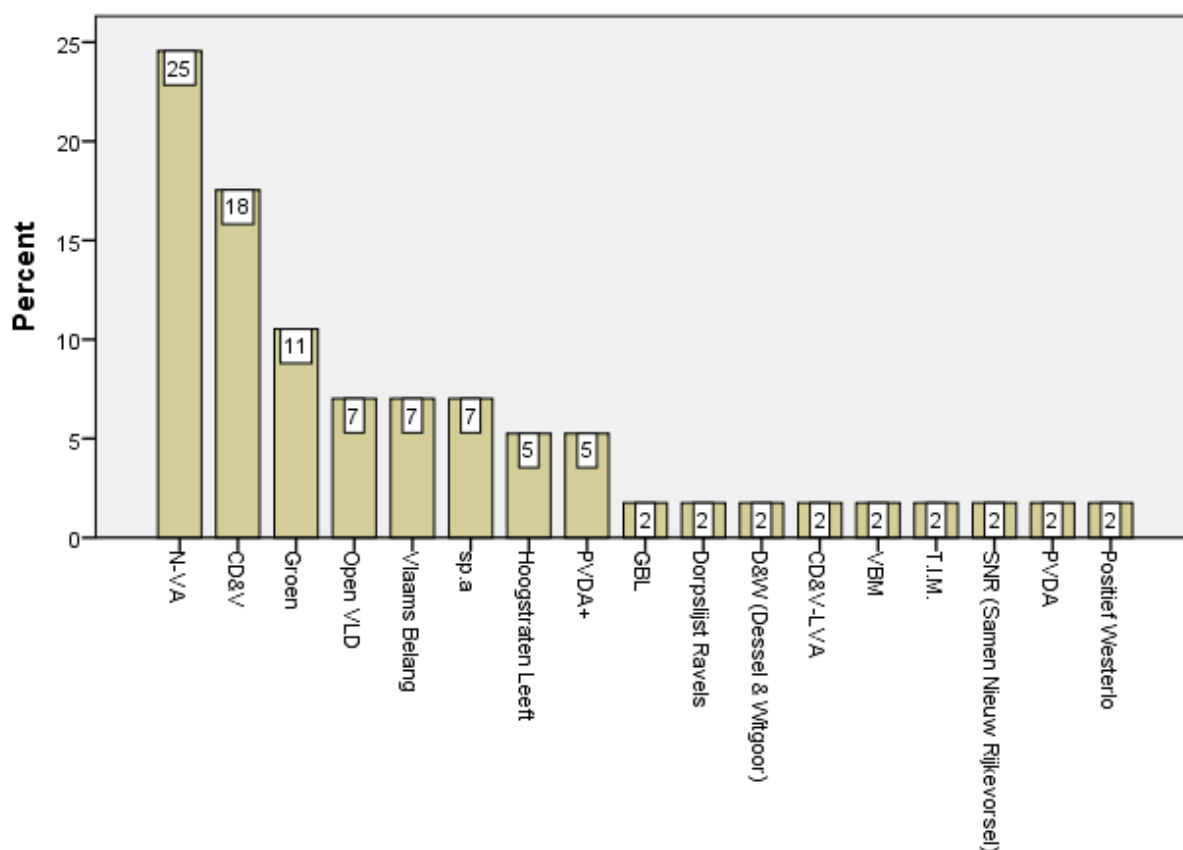
6.2.1 Politieke partijen in krantenkop

Er is geen significante voorkeur voor een bepaalde partij ($\chi^2=15,216$, $df=16$, $p > 0.05$). Het Nieuwsblad vermeldt niet significant meer een christendemocratische partij (CD&V-LVA of CD&V) dan Het Laatste Nieuws en omgekeerd vermeldt Het Laatste Nieuws niet significant meer een liberale partij (Open Vld) ($\chi^2=3,000$ $df=2$, $p > .05$). Toch is het noemenswaardig dat Het Nieuwsblad tien keer zo vaak een christendemocratische partij - haar zuilpartij – vermeldt in een krantenkop, dan Het Laatste Nieuws doet. Figuur 14 geeft dit verschil weer. Ook wanneer we de partijen opsplitsen in de twee groepen ‘christendemocratisch’ en ‘niet-christendemocratisch, blijft het verschil niet significant ($\chi^2=3,054$, $df=1$, $p > .05$).



Figuur 14. Opsplitsing politieke partijen in liberaal, christendemocratisch en rest (in krantenkop)

Kijken we naar de totale aandacht (de aandacht van Het Nieuwsblad en Het Laatste Nieuws samen) voor de verschillende politieke partijen in de krantenkoppen, dan komen we tot de volgende conclusies²⁵ (zie Figuur 15). Opvallend is dat de meeste aandacht in de titels gaat naar nieuwkomer N-VA (N-VA kwam voor het eerst op in de gemeenten). Deze partij wordt in totaal veertien keer (25%) vermeldt. Daarna volgen CD&V (18%) en Groen (11%). Groen klopt sp.a, Open VLD en Vlaams Belang die alle drie slecht vier keer (7%) aan bod komen in de titel. Als we alle socialistische partijen samen bekijken, namelijk sp.a, PVDA en PVDA+ dan scoren de socialisten met 14,1% wel beter dan de groenen. De rest van de partijen die vernoemd worden, zijn exclusieve gemeentelijsten zoals D&W (Dessel & Witgoor), GBL (Gemeente-belangen), Positief Westerlo, SNR (Samen Nieuw Rijkvorsel) en T.I.M. (Turnhout Iedereen Mee). Deze lijsten zijn niet



Figuur 15. Percentage dat een politieke partij (als partij1) in hoofdkop wordt vermeld

²⁵ We houden enkel rekening met de eerstgenoemde partij in de hoofdkop. Drie van de 58 titels bevatten namelijk een tweede partij. Zo komen in drie titels CD&V, sp.a en DE Stadsljst (partij2) samen voor met respectievelijk N-VA, Open Vld en T.I.M. (partij1).

kenmerkend liberaal, socialistisch of christendemocratisch. Ze zijn in de meeste gevallen een mix van liberalen, socialisten, christendemocraten en onafhankelijken. Met uitzondering van Hoogstraten Leeft, komen al deze regionale partijnamen slechts eenmaal aan bod in een titel. Hoogstraten Leeft wordt drie keer opgenomen in een krantenkop. Op 58 titels betekent dit 5%. Hoogstraten Leeft doet het dus bijna even goed als Open VLD en Vlaams Belang.

6.2.2 Politieke partijen in tekst

De aandacht voor politieke partijen in de tekst werd achterhaald door te kijken naar de verschillende actoren. Actoren zijn personen of bij naam genoemde instanties waarover het nieuwsbericht handelt. Voorbeelden van actoren zijn (regionale) partijen en politici, deskundigen, belangengroeperingen zoals een vakbond, (sport-)verenigingen en media (zie Bijlage 1: Codeboek voor alle mogelijkheden). In 22,5% is de eerste actor die in de tekst wordt vermeld een politieke partij. De tweede, derde, vierde en vijfde actor zijn in respectievelijk 20%, 20%, 11% en 8% van de artikelen een politieke partij. Wanneer we deze actoren nader bekijken, dan zien we geen significant verschil tussen Het Nieuwsblad en Het Laatste Nieuws qua aandacht voor een bepaalde partij²⁶. Het Nieuwsblad geeft dus niet significant meer aandacht aan christendemocratische partijen, Het Laatste Nieuws geeft niet significant meer aandacht aan liberale partijen. Aangezien de verschillen tussen beide kranten niet significant zijn, bespreken we de resultaten enkel wat betreft actor één.

Van de totale 63 politieke partijen die als eerste actor vermeld worden, vermeldt Het Nieuwsblad er 31, Het Laatste Nieuws vermeldt er 32. Hoewel het verschil zoals reeds vermeld niet significant is, worden CD&V en sp.a vaker door Het Laatste Nieuws dan door Het Nieuwsblad vermeld. Vooral bij sp.a is het verschil groot: 10% tegenover 2%. Omgekeerd vermeldt Het Nieuwsblad partijen die Het Laatste Nieuws helemaal niet vernoemt. Zo komt het Vlaams Belang drie keer aan bod in Het Nieuwsblad. Dit betekent dat één op de tien eerstgenoemde actoren in de artikelen van Het Nieuwsblad het Vlaams Belang was. Het Laatste Nieuws vernoemt deze partij geen enkele keer als eerste actor.

²⁶ actor 1: $\chi^2=21,053$, $df=16$, $p > .05$; actor 2: $\chi^2=11,410$, $df=13$, $p > .05$; actor 3: $\chi^2=20,134$, $df=16$, $p > .05$; actor 4: $\chi^2=9,904$, $df=11$, $p > .05$; actor 5: $\chi^2=14,341$, $df=12$, $p > .05$

Ook de regionale lijsten Volksbelangen Malle, Samen Nieuw Rijkevorsel (SNR) en Nieuw Retie worden wel door het Nieuwsblad, maar niet door Het Laatste Nieuws als eerste actor aangehaald. Het Nieuwsblad bericht ten slotte dubbel zo vaak over Groen en Open Vld dan Het Laatste Nieuws doet. Deze (weliswaar niet significante) extra aandacht van Het Nieuwsblad voor Open Vld, de oorspronkelijke zuilpartij van Het Laatste Nieuws, bekrachtigt onze hypothese dat de verzuilde pers tot het verleden behoort.

Er is ook geen significant verschil tussen beide kranten als we kijken hoeveel keer een politieke partij gemiddeld aan bod komt. Dit geldt zowel per actor, als in het algemeen (over alle actoren heen gekeken). We leggen even uit hoe we dit onderzocht hebben. In de eerste plaats hebben we gekeken hoeveel keer Het Laatste Nieuws en Het Nieuwsblad gemiddeld een bepaalde partij aan bod laten komen als deze partij als eerste, tweede, derde, vierde of vijfde actor wordt vermeld. Hiervoor definieerden we nieuwe variabelen voor alle partijen die ook op nationaal niveau bestaan, namelijk CD&V, Open Vld, s.pa, PVDA (met inbegrip van PVDA+), Vlaams Belang en Groen. We leggen deze hercodering hieronder uit aan de hand van één partij, namelijk CD&V. Voor alle partijen geldt hetzelfde principe.

De variabele 'CD&V' is de optelsom van 'CD&V1', 'CD&V2', 'CD&V3', 'CD&V4' en 'CD&V5'. Deze tussenvariabelen geven van elk nieuwsartikel weer hoeveel keer de partijnaam in het volledige artikel wordt vermeld als ze respectievelijk als eerste, tweede, derde, vierde of vijfde actor aan bod komt. We telden alle aantallen samen om zo tot een totaalscore te komen per partij, in dit geval weergegeven door variabele 'CD&V'. 'CD&V' geeft dus weer in hoeveel berichten CD&V één van de vijf eerstgenoemde actoren is (d.w.z. centrale actor). Zo is CD&V in 46 berichten een centrale actor. CD&V wordt gemiddeld twee keer vernoemd in een artikel: 2,5 keer door Het Laatste Nieuws en 1,5 keer door Het Nieuwsblad. Omdat beide kranten niet significant verschillen wat betreft het aantal keren dat een politieke partij gemiddeld aan bod komt en er geen opvallende zaken werden opgemerkt, gaan we hier niet verder op in. De SPSS-outputs (op cd-rom) bevatten wel de resultaten.

We kunnen besluiten dat Het Laatste Nieuws en Het Nieuwsblad als onafhankelijke actoren fungeerden tijdens de gemeenteraadsverkiezingen van 2012. Toch wat betreft de hoeveelheid aandacht die ze aan de verschillende partijen schonken. Geen enkele partij

kreeg significant meer of minder aandacht dan een andere. Bovendien hing de hoeveelheid aandacht voor een bepaalde partij niet af van de krant waarin ze werd vermeld.

6.3 De kranten als dominante actor

Zowel onderzoeksvraag zeven als acht kan verbonden worden met de dominantie van journalisten. Met vraag zeven gaan we na of de hoeveelheid aandacht die journalisten aan politici en partijen geven, overeenstemt met de latere verkiezingsuitslagen. Dat zou dan kunnen wijzen op een zekere macht van de journalisten. Zij hebben dan mogelijk de stemmers mee beïnvloed. Met vraag acht gaan we na of de relatieve²⁷ aandacht die Het Laatste Nieuws en Het Nieuwsblad aan een gemeente geven, gelijkloopt met het relatieve²⁸ aantal inwoners van die gemeente. Ook het antwoord op deze vraag kan inzicht geven in de dominantie van de journalisten. Als de relatieve aandacht voor een gemeente overeenkomt met de relatieve grootte van een gemeente, dan kunnen we voorzichtig besluiten dat journalisten zich laten leiden door een objectief gegeven: de grootte van de verschillende gemeentes. Stemmen aandacht en grootte niet overeen, dan zijn andere factoren doorslaggevend zoals de nieuwswaarde van een artikel en de nieuwsselectieprocessen op redacties.

6.3.1 Aandacht gemeente vs. grootte gemeente

Turnhout, Geel, Herentals, Mol en Hoogstraten zijn de vijf gemeenten die in de Kempische verkiezingsberichtgeving van Het Nieuwsblad en Het Laatste Nieuws het vaakst aan bod komen. Turnhout steekt er met kop en schouders bovenuit: 14,3% van alle onderzochte artikelen gaan over Turnhout. Nummer twee, Geel, is in 9,3% van de artikelen de centrale gemeente. Herentals, Mol en Hoogstraten volgen met respectievelijk 7,1%, 5,7% en 5%. Kalmthout krijgt de minste aandacht (0,4%). Een significant verschil tussen Het Nieuwsblad en Het Laatste Nieuws op vlak van aandacht voor de verschillende gemeenten is er niet. Opvallend is dat vier gemeenten wel door Het

²⁷ Met relatief wordt bedoeld: de aandacht voor een gemeente ten opzichte van alle vermelde gemeentes in Het Nieuwsblad en/of Het Laatste Nieuws, editie Kempen.

²⁸ Met relatief wordt bedoeld: het aantal inwoners van een gemeente ten opzichte van het totaal aantal inwoners van alle vermelde gemeentes in Het Nieuwsblad en/of Het Laatste Nieuws, editie Kempen.

Nieuwsblad en niet door Het Laatste Nieuws worden vermeld. We hebben het dan over Brecht (3,2%), Wuustwezel (1,8%), Zoersel (1,1%) en Kalmthout (0,4%). Daartegenover staat dat alleen Het Laatste Nieuws over Baarle-Hertog (1,1%) schrijft. Merkwaardig is eveneens dat Het Nieuwsblad zeven keer zo vaak als Het Laatste Nieuws in haar Kempische berichtgeving over gemeenten schrijft die eigenlijk niet tot de Kempen behoren of waarin geen gemeente of stad vermeld wordt. Deze artikelen kregen de code 'Andere'. 2,9% van alle onderzochte artikelen vallen onder deze categorie.

We vroegen ons af of de aandacht van de kranten voor de verschillende gemeenten in verhouding was met hun grootte. We onderzochten dit op twee manieren: door rangordes te vergelijken en door te kijken naar de afwijkingen tegenover het gemiddelde. De resultaten worden hieronder per manier besproken.

6.3.1.1 Rangordes

We stelden in Excel een lijst op van alle vermelde Kempische gemeenten die in Het Nieuwsblad en/of in Het Laatste aan bod kwamen. Naast iedere gemeente plaatsten we haar aantal inwoners. Per gemeente berekenden we vervolgens de verhouding van het aantal inwoners tegenover het aantal inwoners van alle vermelde Kempische gemeenten samen. We berekenden met andere woorden hun relatieve grootte. Daarna rangschikten we de gemeenten op basis hiervan. We herhaalden deze werkwijze voor de berekening van de relatieve aandacht per gemeente: het aantal artikels per gemeente tegenover alle vermelde Kempische artikels. Ook in dit geval maakten we een rangschikking. Ten slotte plaatsten we deze rangschikkingen naast elkaar. Tabel 6 (p. 88-89) geeft het resultaat weer. Tabel 9 in Bijlage 3 bevat alle gegevens op basis waarvan de rangschikkingen in Tabel 6 werden gemaakt.

Tabel 6 *Aandacht gemeente in verhouding met grootte?*

Gemeente	Aantal artikels	Rangorde Aantal artikels over de gemeente (relatieve aandacht)	Aantal inwoners	Rangorde Aantal inwoners (relatieve grootte)		
Turnhout	40	1	41572	1	Meeste artikels	Meeste inwoners
Geel	26	2	37848	2		
Herentals	20	3	27368	5	Meeste Aandacht	Grootste gemeente
Mol	16	4	34827	3		
Hoogstraten	15	5	20386	9	↓	↓
Westerlo	13	6	24379	6		
Arendonk	12	7	12894	19	Minste artikels	Minste inwoners
Ravels	12	7	14515	16		
Laakdal	11	8	15533	15	Minste aandacht	Kleinste gemeente
Balen	9	9	21570	7		
Brecht	9	9	27906	4		
Herselt	8	10	14399	17		
Retie	8	10	10799	23		
Andere	8	10	0	32		
Herenthout	7	11	8747	28		
Kasterlee	6	12	18132	11		
Lille	6	12	16350	14		
Meerhout	5	13	9913	26		
Wuustwezel	5	13	19547	10		
Beerse	4	14	17167	13		
Dessel	4	14	9231	27		
Grobbendonk	4	14	11047	22		
Hulshout	4	14	10061	25		
Merksplas	4	14	8576	29		
Olen	4	14	11923	20		
Rijkevorsel	4	14	11434	21		
Baarle-Hertog	3	15	2592	31		
Oud-Turnhout	3	15	12905	18		


Vorselaar	3	15	7640	30
Vosselaar	3	15	10700	24
Zoersel	3	15	21555	8
Kalmthout	1	16	18126	12

Uit Tabel 6 (p. 88- 89) volgt dat de top twee hetzelfde is wat betreft aandacht en grootte: de twee grootste gemeenten Turnhout en Geel krijgen ook de meeste aandacht. Voor de overige gemeenten geldt deze systematiek niet. Bij Ravels, Laakdal, Retie, Herenthout en Meerhout valt het sterkst op dat hun plaats op de ‘aandachtslijst’ niet overeenkomt met hun plaats op de ‘groottelijst’: ze krijgen in vergelijking met de overige gemeenten - rekening houdend met hun grootte – te veel aandacht. Het omgekeerde geldt voor Zoersel. Deze gemeente is met haar 21555 inwoners de achtste grootste gemeente van de Kempen²⁹. Toch hoort ze bij de gemeenten die van Het Nieuwsblad en Het Laatste Nieuws de minste aandacht krijgen.

6.3.1.2 Afwijkingen tegenover het gemiddelde

We berekenden ook de verhouding tussen het aantal inwoners van een gemeente en het aantal keer dat er over de gemeente werd geschreven (inwoners/aantal artikels). Op basis van de absolute afwijkingen tegenover het gemiddelde maakten we opnieuw een rangschikking. Tabel 7 (p. 89-90) geeft deze rangschikking weer.

Tabel 7 Aantal inwoners per artikel over gemeente: afwijking tegenover het gemiddelde

Gemeente	Inwoners/aantal artikels	Afwijking tegenover het gemiddelde (1892)	
Kalmthout	18126	-16234	<p>Grootste absolute afwijking</p>  <p>Kleinste absolute afwijking</p>
Zoersel	7185	-5293	
Oud-Turnhout	4302	-2410	
Beerse	4292	-2400	
Wuustwezel	3909	-2018	

²⁹ Alle Kempische gemeenten waarover Het Nieuwsblad en Het Laatste Nieuws schrijven. Zie Tabel 9 in Bijlage 3.

Andere	0	1892
Vosselaar	3567	-1675
Brecht	3101	-1209
Kasterlee	3022	-1130
Olen	2981	-1089
Baarle-Hertog	864	1028
Rijkevorsel	2859	-967
Grobbendonk	2762	-870
Turnhout	1039	852
Lille	2725	-833
Arendonk	1075	817
Ravels	1210	682
Vorselaar	2547	-655
Herenthout	1250	642
Hulshout	2515	-624
Retie	1350	542
Hoogstraten	1359	533
Herentals	1368	523
Balen	2397	-505
Laakdal	1412	479
Geel	1456	436
Dessel	2308	-416
Mol	2177	-285
Merksplas	2144	-252
Herselt	1800	92
Meerhout	1983	-91
Westerlo	1875	16

Tabel 7 (p. 89-90) laat net zoals Tabel 6 (p. 88-89) zien dat Zoersel te weinig aandacht krijgt in verhouding tot haar grootte. Wat Tabel 6 echter niet laat uitschijnen en Tabel 7 wel, is dat Kalmthout nog meer aandacht verdient dan Zoersel als de journalisten zouden rekening houden met de grootte van de gemeentes. Gemiddeld genomen, besteden de journalisten van Het Laatste Nieuws en Het Nieuwsblad per 1892 inwoners één artikel

aan een gemeente. Kalmthout krijgt slechts één vermelding per 18126 inwoners. De afwijking tegenover het gemiddelde bedraagt dus 16234. Ook Oud-Turnhout, Beerse en Wuust-Wezel krijgen in verhouding met hun grootte niet voldoende aandacht. Herselt en Meerhout wijken het minst af van het gemiddelde. Enkel bij deze twee gemeenten is er bijna overeenstemming tussen grootte en aandacht. Voor de volledige berekening zie Tabel 9 in Bijlage 3.

We kunnen besluiten dat de relatieve aandacht voor een gemeente niet in verhouding is met haar relatieve grootte en dus eerder verband houdt met andere factoren.

6.3.2 Aandacht politici en politieke partijen vs. verkiezingsuitslagen

Of de relatieve aandacht voor politici en politieke partijen weerspiegeld wordt in de verkiezingsuitslagen, bekijken we gemeente per gemeente.

6.3.2.1 Arendonk

Er verschenen twaalf berichten over Arendonk. In deze berichten komt slechts eenmaal een politieke naam in de kop voor, namelijk die van Joke Segers (CD&V). Politieke partijnamen blijken populairder. Zowel CD&V, N-VA, Open VLD, sp.a, als het Vlaams Belang worden één keer in de kop vermeld. De zes regionale politici die als eerste actor in de Arendonkse artikelen voorkomen zijn Ernest Buijs, Joke Segers, Mark Lissens, Marinus Van Rooij en Nathalie Geudens. De eerste drie zijn van CD&V, Van Rooij is van A+ en Geudens van sp.a. Partijen die als eerste actor voorkomen, zijn CD&V, N-VA, Open VLD en Vlaams Belang. Alle vier zijn ze één keer eerste actor. Bij de overige actoren is er een meer uitgesproken voorkeur voor bepaalde politici en partijen. Enkel CD&V wordt als tweede actor vermeld. Kristof Hendrickx van N-VA wordt als enige in twee artikels als tweede actor vermeld. Dit geldt eveneens voor Koen Geukens van N-VA, maar dan als derde actor. CD&V is de enige politieke actor die als vierde actor voorkomt, Kristof Hendrickx (N-VA) en sp.a zijn de enige politieke actoren die als vijfde actor voorkomen. Ze worden alle drie slechts in één bericht vermeld. We kunnen besluiten dat CD&V en NV-A de meeste aandacht kregen. Joke Segers (CD&V) is de populairste kandidate.

NV-A wint in Arendonk met 31%. CD&V volgt met een erg kleine achterstand: 29%. De partij-aandacht wordt dus weerspiegeld in de resultaten; wat betreft de aandacht voor de

politici geldt de weerspiegeling niet. Joke Segers haalt 315 voorkeurstemmen, en staat daarmee ‘slechts’ op een vierde plaats binnen de CD&V. In totaal staat ze bovendien pas op de negende plaats. Ze wordt uiteindelijk wel vierde Schepen van de gemeente.³⁰ Kristof Hendrickx behaalt de meeste voorstemmen (1215) en krijgt de burgemeesterssjerp. Opvallend is dat hij slechts eenmaal werd vermeld door de pers, en pas als vijfde actor.

6.3.2.2 Baarle-Hertog

De journalisten van Het Nieuwsblad en Het Laatste Nieuws schreven samen maar drie artikelen over Baarle-Hertog. De politieke actoren die in deze berichten meespelen, zijn beperkt. Leo Van Tilburg (CDK), Erik Van der Vloet (N-VA) en Frans De Bont (Forum+) zijn de enige vermelde politici. N-VA en regionale partij Forum+ zijn de enige partijen die aandacht krijgen. Alle actoren worden telkens maar in één artikel vermeld, met uitzondering van Leo Van Tilburg die in twee berichten – eenmaal als eerste actor en eenmaal als tweede actor - aan bod komt.

De verkiezingsresultaten van Baarle-Hertog zijn in grote mate een spiegelbeeld van de relatieve aandacht voor de regionale politieke actoren in de krant. CDK wint in Baarle-Hertog de verkiezingen met bijna de helft van alle stemmen: 45%. N-VA is de tweede grootste partij met 33%. Forum+ behaalt 22%. Opvallend is dat er slechts drie partijen deelnemen aan de verkiezingen, hetgeen het geringe aantal politieke actoren in de kranten verklaart. Ondanks de winst van CDK, kreeg de partij wel geen aparte aandacht in de krant. Er is wel aandacht via Leo Van Tilburg van CDK. Van Tilburg, die als politicus de meeste aandacht kreeg, wint uiteindelijk ook de verkiezingen met 384 voorkeurstemmen. Erik Van der Vloet (N-VA) haalt 165 - de tweede meeste - naamstemmen. Frans De Bont haalt er 117, en moet daarmee Cobbaert Liesbeth van N-VA laten voorgaan (141 naamstemmen).

6.3.2.3 Balen

Over Balen verschenen negen verkiezingsberichten. Petra Geukens van CD&V kreeg de meeste aandacht. Ze wordt als enige politicus in de kop vermeld, en ze komt als eerste

³⁰ Verkiezingsuitslagen werden geraadpleegd op de overheidssite www.vlaanderenkiest.be

actor tweemaal (in twee artikels) aan bod, wat enkel nog voor Werner Hens van sp.a weggelegd is. Opvallend is verder dat Open VLD wat meer aandacht dan de andere politieke partijen krijgt. Enkel deze partij staat in een kop én wordt als eerste actor vernoemd. Naast Geukens en Hens, zijn de politici Jef Dierckx (Open VLD), Johan Leysen (CD&V) en Jan Claessens (Beter Balen) nog vermeldenswaardig. Deze actoren worden tweemaal vermeld, als eerste actor en/of als tweede actor. N-VA is de enige partij naast Open VLD die nog een aparte vermelding krijgt, al is het pas als derde actor.

CD&V is de grootste partij in Balen (35%). N-VA en sp.a volgen met 27% respectievelijk 18%. Open VLD, de partij met de meeste aandacht in de krant, behaalt slechts 11% van de stemmen. De uitgesproken aandacht voor Petra Geukens in de krant wordt verder niet volledig weerspiegeld in de resultaten. Ze moet haar partijgenoot Johan Leysen (CD&V) en Geert Mangelschots van N-VA laten voorgaan. Leysen heeft 2366 voorkeurstemmen, meer dan het dubbel van Geukens (1086). Mangelschots heeft er 1109. Mangelschots werd in de krant slechts in één artikel vermeld, als tweede actor. De verhoudingen wat betreft aandacht in de krant en de verkiezingsresultaten zijn in Balen dus niet evenredig.

6.3.2.4 Beerse

Vier berichten gaan over de gemeentepolitiek in Beerse. Enkel politicus Marc Smans (N-VA) en politieke partij Groen krijgen een vermelding in een kop. Beide komen eveneens als eerste actor in een artikel voor. Daarnaast krijgen ook Staf Willemsens (CDE) en Filip Daneels (Beerse+) aandacht in de kranten. Willemsens wordt in twee artikels als eerste actor vermeld en Daneels in één artikel als derde en in een ander artikel als vijfde actor. Beerse+ is de enige partij die naast Groen aandacht krijgt: Beerse+ wordt in één artikel als vierde actor vermeld.

In Beerse wint N-VA met enkele procentpunten van CDE-Vlim.be: 34% tegenover 30,5%. BEERSEplus is de derde grootste partij met 19% van de stemmen. De overige partijen zijn Groen (9%) en Gemeentebelangen (7%). Ondanks de winst van N-VA is Staf Willemsens van CDE de populairste politicus in Beerse met 1292 voorkeurstemmen. Marc Smans van N-VA komt met zijn 1107 voorkeurstemmen dus net tekort. Filip Daneels, die toch ook in twee artikels in de krant verscheen, is niet verkozen. Met zijn 245 naamstemmen is hij pas derde opvolger. Het is dan ook opvallend dat wel hij en niet

lijsttrekker Poortmans Stefan – Poortmans is ook verkozen - aandacht kreeg van de journalisten. Ook de aandacht voor Groen wordt niet weerspiegeld in de resultaten. We kunnen besluiten dat de aandacht voor de politiek in Beerse niet overeenstemt met de verkiezingsresultaten.

6.3.2.5 Dessel

In de vier artikelen die over de Desselse verkiezingen geschreven werden, spelen acht actoren een rol. De voornaamste rollen zijn toebedeeld aan Michel Meeus (CD&V) en Kris Van Dijck (N-VA), die als enige politici in twee artikels voorkomen, en aan de regionale partij Dessel & Witgoor (D&W), die als enige actor in een kop staat, en aan de N-VA, die in twee artikelen centraal staat. Verder zijn er nog Dirk Melis (D&W), sp.a, CD&V en Open VLD, die allemaal slechts in één artikel aan bod komen.

In het geval van Dessel voorspelt de aandacht in de krant de verkiezingsuitslag. N-VA wint in Dessel. N-VA haalt meer dan de helft van alle stemmen (53%). CD&V en D&W volgen met 22% respectievelijk 13%. Kris Van Dijck (N-VA) heeft de meeste voorkeurstemmen: 2465. Zijn voorname rol in de krant wordt dus weerspiegeld in het resultaat. De tweede meeste stemmen zijn voor Michel Meeus (CD&V).

6.3.2.6 Geel

Over Geel, de tweede grootste gemeente van de Kempen, werden 26 artikels geschreven. Frans Peeters (CD&V) krijgt de meeste aandacht. Hij komt aan bod in twee titels en in tien artikels. De rest van de top 3 van politici wordt gevormd door Tom Vervoort en Leen Beke van de CD&V. Ze staan allebei in een titel. Vervoort wordt in zes artikels vernoemd, Beke in vier. Vera Celis (N-VA) en Devos (sp.a) zijn politici vier en vijf. Celis wordt vermeld in vijf artikels, Devos in vier. De populairste partij is N-VA: ze komt voor in drie titels en in vier artikels. CD&V krijgt de tweede meeste aandacht van de journalisten: ze komt voor in twee titels en in drie artikels.

De resultaten in Geel zijn een afspiegeling van de aandacht in de krant. N-VA wint met 37%. CD&V is tweede met 31%. Vera Celis van N-VA wordt overtroffen door Leen Beke van CD&V. Zij is met haar 3707 voorkeurstemmen een stemmenkanon. Celis heeft er meer dan duizend minder: 2320. Frans Peeters komt niet voor in de verkiezingsresultaten. De voormalige burgemeester nam niet meer deel aan de

verkiezingen van 2012. Hij nam afscheid van de politiek. Voormalig schepen Tom Vervoort, krijgt maar 302 voorkeurstemmen en is dus niet verkozen. Vervoort besliste om net voor de verkiezingen zijn kandidatuur in te trekken omdat hij werd beschuldigd van fraude. Zijn naam kon niet meer van de lijst worden gehaald, waardoor hij toch nog een honderdtal stemmen behaalt.

6.3.2.7 Grobbendonk

In de vier artikelen over Grobbendonk spelen Maarten Wouters (CD&V) en zijn partij de voornaamste rollen. Beide komen als enige actoren in een titel voor. Verder valt ook de aandacht voor Ulrich Anthonis en zijn partij, Open VLD, op. Zowel Anthonis als Open VLD worden in twee artikels vermeld. Andere politieke actoren komen slechts in één artikel aan bod.

De relatieve aandacht voor de politieke actoren wordt niet weerspiegeld in de resultaten. N-VA (26%), de winnaar in Grobbendonk, kreeg in de krant geen enkele vermelding. CD&V (22%) moet uiteindelijk ook de duimen leggen voor Open VLD (24%). De meeste voorkeurstemmen zijn voor Cambre Herman, die in de krant slechts in één artikel aan bod kwam. Maarten Wouters (CD&V) heeft de tweede meeste stemmen. Anthonis pas de vierde. Hij moet zijn partijgenote Taelman Martine, die geen enkele vermelding kreeg in de krant, laten voorgaan.

6.3.2.8 Herentals

Twintig artikels gaan over Herentals. Jan Peeters (sp.a) krijgt de meeste aandacht. Hij staat in een titel en wordt verder nog in elf artikels vermeld. Ook François Vermeulen (Open VLD) en Wies Verheyden (sp.a) krijgen een vermelding in een titel. Beide worden in niet veel artikels vermeld: Vermeulen in twee, Verheyden maar in één. Axana Ceulemans van N-VA heeft na Peeters de meeste artikels achter haar naam staan: vier. N-VA, CD&V en Groen komen alle drie in een titel voor, N-VA zelfs tweemaal. N-VA wordt verder ook nog in de meeste artikels vermeld. De partij komt in zeven artikels aan bod.

Niet N-VA, maar sp.a wint in Herentals. Ook CD&V doet het beter dan N-VA. De resultaten van sp.a, CD&V en N-VA liggen wel heel erg dicht bij elkaar: respectievelijk 25,35%, 24,91% en 24,75%. De meeste voorkeurstemmen zijn voor Jan Peeters (sp.a).

Ingrid Reyken (CD&V) en Axana Ceulemans (N-VA) volgen. Reyken heeft ongeveer 100 stemmen meer dan Ceulemans, die in de krant veel meer aandacht kreeg. Reyken kwam slechts in één artikel aan bod. De resultaten zijn dus geen afspiegeling van de aandacht in de krant.

6.3.2.9 Herenthout

Aan Herenthout worden zeven artikels gewijd. De meeste gaan over N-VA, Gemeentebelangen (GBL) en CD&V. N-VA krijgt twee vermeldingen in een titel. GBL één. Roger Gabriëls van GBL is de populairste actor. Hij komt in vier artikels aan bod. Maurice Helsen is de populairste CD&V'er. Hij wordt in drie artikels vermeld.

De aandacht voor GBL en GBL-kandidaat Gabriëls in de krant kent haar weerslag in de verkiezingsresultaten . GBL wint met 33%. Gabriëls is overtuigend winnaar met bijna drie keer zoveel voorkeurstemmen als zijn opvolger Helsen Maurice van CD&V. De persaanbacht voor N-VA is daarentegen niet in verhouding met haar verkiezingsresultaat. N-VA behaalt van de vijf deelnemende partijen pas de vierde meeste stemmen. De regionale partij Eenheid behaalt meer stemmen dan N-VA en is de derde grootste partij. Regionale partij S.A.M.E.N behaalt de minste stemmen.

6.3.2.10 Herselt

Opvallend in de berichtgeving over Herselt is dat Vlaams Belang de meeste partijaandacht krijgt. De partij komt tweemaal in een kop aan bod. De enige andere partij die ook nog in een kop vermeld wordt, is N-VA (slechts eenmaal). Vlaams Belanger Hansy Buts krijgt na CD&V'er Luc Peetermans de meeste aandacht. Peetermans komt in vier artikelen aan bod. In twee artikelen wordt over Hansy Buts geschreven. Ook nog andere politici komen in twee artikelen aan bod, maar dan niet als eerste actor, zoals bij Buts wel het geval is.

Vlaams Belang is pas de vierde grootste partij. De grootste partij is CD&V met 42%. N-VA is de tweede grootste (34%). En op de derde plaats staat sp.a (9%). De grote hoeveelheid aandacht voor Luc Peetermans is in verhouding met de verkiezingsresultaten. Peetermans wint overtuigend met meer dan 1600 naamstemmen. Hansy Buts, de enige kandidaat voor Vlaams-Belang, staat pas op de 18^{de} plaats op vlak

van voorkeurstemmen, maar is toch verkozen tot gemeenteraadslid. De relatieve aandacht in de krant komt dus enkel overeen met de winnende politicus.

6.3.2.11 Hoogstraten

Er werden 15 artikels over Hoogstraten geschreven. Hoogstraten Leeft is de enige partijnaam die in een kop voorkomt. Arnold Van Aperen van Hoogstraten Leeft (het voormalige Kristelijke Volksbelangen (KVB)) is de enige politicus die in een kop vermeld wordt. De partijnamen Hoogstraten Leeft en KVB komen in de meeste artikels aan bod: vijf respectievelijk drie keer. Tinne Rombouts van CD&V biedt van alle vermelde politici het meeste tegenwicht. Zij wordt in vier artikels genoemd. Marc Van Aperen, de broer van Arnold komt in drie artikels aan bod.

CD&V overtreft Hoogstraten Leeft nipt met 32% van de stemmen tegenover 29%. Tinne Rombouts heeft de meeste voorkeurstemmen (iets meer dan 2000). Marc en Arnold Van Aperen volgen met iets meer dan 1500 en 1200 stemmen. De resultaten komen dus min of meer overeen met de aandacht in de krant.

6.3.2.12 Hulshout

Over Hulshout werd niet zoveel geschreven: vier artikels. Geen enkele politieke actor wordt vermeld in een kop. Maar vier politici komen aan bod: Geert Daems (CD&V), Frank Ponsaert (Open VLD), Mark Meurrens (N-VA) en Jef Van Bael (CD&V). Daems, Ponsaert en Meurrens in twee artikels. Van Bael in één artikel. Partijen Open Vld, N-VA en Groen worden alle drie in één artikel vernoemd.

CD&V (42,50%) wint van N-VA (36%). Beide partijen steken er met kop en schouders bovenuit. Groen is derde met slechts 8%. Open VLD en sp.a behalen nog minder: 7% respectievelijk 6%. Het is opvallend dat er voor de winnende partij geen plaats was in de krant (toch niet wat betreft het vermelden van de partij als centrale actor). Geert Daems (CD&V) is de ultieme winnaar met meer dan 1000 voorkeurstemmen. Myriam Deckers van N-VA behaalt de tweede hoogste score (553). Mark Meurrens die in tegenstelling tot Deckers wel vernoemd wordt in de krant, heeft maar iets meer dan 200 voorkeurstemmen en staat binnen de partij pas op een achtste plaats. Frank Ponsaert van Open VLD heeft er slechts 123, maar is net als Meurrens wel nog verkozen tot gemeenteraadslid. We kunnen

besluiten dat de afspiegeling op de verkiezingsuitslagen niet geldt voor de gemeente Hulshout.

6.3.2.13 Kasterlee

Ellen Leys van Groen wordt als enige politicus vermeldt in de kop van één van de zes artikels over Kasterlee. Ward Kennes (CD&V) staat niet in een kop, maar is verder wel de populairste politicus. Hij wordt in drie artikels genoemd. CD&V is de populairste partij; ook zij wordt in drie artikels vermeld. N-VA en Open VLD zijn allebei in één artikel actor.

De populariteit van CD&V wordt weerspiegeld in de resultaten. CD&V wint met 44%. Ward Kennes heeft zoals verwacht de meeste stemmen achter zijn naam staan. Ellen Leys behaalt de meeste stemmen van Groen, maar doordat ze pas als tweede op de lijst staat, is lijsttrekker Jan Peeters, en niet zij, verkozen tot gemeenteraadslid. Groen is pas vierde, na N-VA en Open Vld. In Kasterlee komt de aandacht in de krant overeen met de verkiezingsuitslag.

6.3.2.14 Laakdal

In de berichten over Laakdal wordt de klemtoon gelegd op de politieke partijen. Vijf artikels hebben een kop die een partij bevat. In twee gevallen bevat de kop ‘Groen’. De regionale samensmelting CD&V-LVA staat net als PVDA en Vlaams Belang één keer in een kop. Opvallend is dat in vergelijking met de vorige gemeenten, veel partijen als actoren voorkomen. CD&V(-LVA) en Groen spelen de grootste rol, zij komen in twee respectievelijk drie artikels aan bod. Tine Gielis (CD&V) en Frank Sels (sp.a) krijgen van de journalisten de meeste aandacht. Gielis wordt in drie artikels vernoemd, Sels in twee.

Tine Gielis (CD&V) wint samen met haar partij (CD&V-LVA) de verkiezingen (35%). Frank Sels (sp.a) heeft de tweede meeste stemmen van zijn partij, die voor de verkiezingen samen is gesmolten met de partijen Groen en Samen tot ‘samen-sp.a-groen’ (18%). Ondanks de samensmelting moeten ze toch nog de duimen leggen voor N-VA (23%). N-VA krijgt in verhouding met haar resultaat dus te weinig aandacht van de journalisten.

6.3.2.15 Lille

CD&V en Open VLD krijgen in de berichtgeving (zes berichten) over Lille de meeste aandacht. De partijen komen allebei voor in een kop. In tegenstelling tot CD&V, komt Open VLD verder wel niet als actor in een artikel aan bod. De politici die worden vermeld zijn bijna allemaal van de christelijke partij: vijf van de acht zijn CD&V'er. Paul Diels (CD&V) komt het vaakst aan bod, namelijk in vijf berichten. Met uitzondering van Open VLD'ster Iris Heymans, die in twee artikels vermeld wordt, worden alle politici maar in één artikel vernoemd.

In Lille worden de winnaars van de verkiezingen (zowel partij als politicus) voorspeld door de extra aandacht voor hen in de krant. In overeenstemming met haar aandacht in de krant, wint CD&V in Lille (45%). N-VA volgt met 31%. Groen is derde met 10%. Open VLD doet het met 4,5% minder goed dan Vlaams Belang (9%). Paul Diels (CD&V) behaalt zoals de aandacht in de kranten deed vermoeden, het meest aantal voorkeurstemmen. Iris Heymans van Open VLD is ondanks de aandacht van de journalisten niet verkozen.

6.3.2.16 Meerhout

Over Meerhout verschenen vijf artikelen. Geen enkel artikel bevat een politieke actor in de kop. Politicus Jos Engelen van de Christen-Democraten (CD) en de politieke partij sp.a zijn allebei in één artikel eerste actor. Roger Verheyden (CD) en Open Vld zijn in één artikel tweede actor. De partijen CD (Christen-Democraten) en Open VLD zijn verder nog in één artikel derde actor. Fons Hannes (sp.a) en Wim Nysmans (Open Vld) zijn ten slotte eenmalig vierde actor.

CD wint in Meerhout met 37%. 23,5% is voor de tweede partij: N-VA. Opvallend is dat aan N-VA geen enkele aandacht werd besteed door de journalisten van Het Laatste Nieuws en Het Nieuwsblad ondanks haar tweede plaats. Sp.a, Open VLD en Vlaams Belang zijn derde, vierde en vijfde. Ook Vlaams-Belang werd geen enkele keer in de kranten vernoemd, terwijl de partij maar twee procentpunten slechter doet dan Open VLD (10% tegenover 12%). Jos Engelen (CD) wint de verkiezingen. Tweede is Iris Van Bael van N-VA, die dus ook niet vernoemd werd in de krant. Roger Verheyden (CD) moet

partijgenoot Jan Melis – die in tegenstelling tot hem geen persaandacht krijgt - voorlaten. Van een afspiegeling kunnen we in Meerhout niet spreken.

6.3.2.17 Merksplas

De journalisten van Het Nieuwsblad en Het Laatste Nieuws schreven vier artikelen over Merksplas. Frank Wilrijck van Leefbaar Merksplas krijgt de meeste aandacht. Hij speelt in vier artikelen een centrale rol. Een andere hoofdrolspeler is Jef Schoofs van Groen. Hij komt in twee artikelen (50%) aan bod. Werner Van Baekel van CD&V is de derde en laatste politicus die aandacht krijgt van de pers. Hij komt wel maar in één artikel aan bod. CD&V en Groen zijn de enige politieke partijen die apart als centrale actor voorkomen. CD&V in één bericht. Groen in twee berichten.

De persaandacht voor Frank Wilrijck van Leefbaar Merksplas blijkt terecht. Hij wint de verkiezingen met 2129 voorkeurstemmen, dat is bijna drie keer zoveel als de volgende, Tine Van Der Vloet van N-VA (347). Jef Schoofs van Groen heeft de meeste stemmen van de partij achter zijn naam staan en is verkozen, maar hij doet het minder goed dan tien CD&V-kandidaten. Werner Van Baekel van CD&V is, in tegenstelling tot twee partijgenoten die geen persaandacht kregen, niet verkozen. Hier blijkt de aandacht in de krant enkel de winnaar van de verkiezingen te voorspellen. Er werd geen woord gerept over N-VA, ondanks haar tweede plaats (achter overtuigend winnaar CD&V).

6.3.2.18 Mol

Mol, de derde grootste gemeente van de Kempen, heeft zestien berichten achter haar naam staan. De enige politieke actor die in een kop wordt vermeld, is Paul Rotthier (CD&V). Ook in de tekst blijkt Rotthier een door journalisten geliefde politicus. Hij verscheen in zes artikels. Kathleen Deckx van sp.a doet het even goed. Hans Schoofs (Open VLD) moet het met vier artikels stellen. Nick Berghmans van Open VLD vult het rijtje van kandidaten aan die in meer dan één artikel voorkomen (2). Van alle politieke partijen, kreeg CD&V de meeste aandacht: in vijf artikels wordt de christendemocratische partij vernoemd. Open VLD en N-VA verschenen in drie berichten. Ook voor sp.a en Vlaams Belang was er persaandacht. Vlaams Belang is in twee artikels actor, sp.a in één.

De persaandacht voor Paul Rotthier (CD&V) komt overeen met zijn behaalde resultaat. Rotthier wint met meer dan 2700 voorkeurstemmen. Eerstvolgende is André Verbeke van

N-VA, die geen aandacht kreeg in de pers. Ook Kathleen Deckx is erg populair. Ze is derde en behaalt iets meer dan 1100 stemmen. Hans Schoofs is vierde met iets meer dan 800 stemmen. Enkel de persaandacht wat betreft de politici blijkt de verkiezingsresultaten in grote mate te voorspellen. Niet volledig, want André Verbeke (N-VA) kreeg ondanks zijn tweede plaats, geen aandacht. Ook zijn partij, N-VA, kreeg nauwelijks aandacht in de krant, ondanks haar winst. CD&V is tweede, sp.a is derde in Mol.

6.3.2.19 Olen

In de vier berichten over Olen doen maar enkele politieke actoren mee. De voornaamste zijn Marc Verhulst van de regionale partij O1 en Gert Wouters van sp.a. Ze komen allebei in de helft van de berichten aan bod. Marcel Bellens (CD&V) is de laatste politicus die vermeld wordt. Hij wordt maar in één artikel vernoemd. Sp.a is de enige politieke partij die (eenmalig) een centrale rol speelt in de berichtgeving over Olen.

De extra aandacht voor sp.a in de berichtgeving komt niet overeen met het verkiezingsresultaat. De socialistische partij scoort het minst goed van alle deelnemende partijen. Winnaar is CD&V met 33%, gevolgd door N-VA (29%) en O1 (21%). Sp.a behaalt 17%. Ook aandachttrekkers Marc Verhulst en Gert Wouters zijn niet de sterkste kandidaten. Ze worden overtroffen door Marcel Bellens van CD&V, die maar één keer in de krant een centrale rol kreeg. Willy Maes en Wouters Verhulst speelden geen centrale rol in de krant, terwijl beide heren wel de tweede en derde meeste stemmen krijgen. We kunnen besluiten dat in Olen de persaandacht en verkiezingsuitslag niet met elkaar overeenkomen. Zelfs niet wat betreft de winnaars.

6.3.2.20 Oud-Turnhout

Kandidaten van Oud-Turnhout Plus (O+) krijgen in de berichtgeving over Oud-Turnhout het vaakst een centrale rol. Ronald Leysen trekt de kop. Hij is de enige politieke kandidaat die in twee artikels wordt vermeld. Een partijgenoot die eveneens aandacht krijgt, is Bart Coninckx. Verder krijgen nog Leo Van Miert van sp.a, Leo Nijs van CD&V en Geert Oris van Groen een plaatsje in de krant. CD&V is ten slotte de enige partij die als volwaardig actor aan bod komt.

N-VA is winnaar met 33%. CD&V moet nipt de duimen leggen met 29%. De overige partijen zijn aan elkaar gewaagd: Groen, sp.a, Vlaams-Belang en O+ behalen

respectievelijk 11%, 10%, 9% en 8%. Opvallend is dat O+ de grote verliezer is. De aandacht in de krant heeft voor de partij dus niet veel uitgemaakt. Leo Nijs van CD&V, die niet opvallend veel aandacht krijgt van pers, behaalt de meeste voorkeurstemmen. Jan Sels (N-VA), die niet wordt vernoemd in de krant, is tweede. De verkiezingsresultaten van Oud-Turnhout zijn allesbehalve een afspiegeling van de aandacht in de krant. N-VA kreeg voor de stembusgang geen persaandacht.

6.3.2.21 Ravels

In de Ravelse verkiezingberichtgeving (in totaal twaalf berichten) gaat het overgrote deel van aandacht naar Walter Luyten van CD&V. Naast het feit dat zijn naam in een kop staat, krijgt hij ook nog eens een centrale rol toegemeten in de tekst van acht artikelen. Zijn tegenstrevers zijn partijgenoot Hans Heylen en Peter Van Raak van Dorpslijst Ravels. Beide heren worden eveneens in een kop vermeld, maar ze komen wel maar in twee artikels aan bod. De overige politici die in de artikels over Ravels vermeld worden (drie politici van N-VA, twee van CD&V en één van Dorpslijst Ravels), staan niet in een kop en zijn maar eenmalig een centrale actor. Patrick Vloemans van Dorpslijst Ravels is een uitzondering en krijgt in twee artikels aandacht. Dorpslijst Ravels speelt als partij drie keer een centrale rol in de artikels, CD&V en N-VA twee keer, Open VLD één keer. De Ravelse Open VLD werd voor de verkiezingen van 14 oktober 2012 omgedoopt tot Dorpslijst Ravels, waardoor de totale aandacht voor deze partij eigenlijk vier artikelen bedraagt.

De drie grootste partijen in Ravels zijn achtereenvolgens CD&V (48%), N-VA (22%) en Dorpslijst Ravels (20%). Groen en Vlaams Belang (allebei net geen 6%) spelen nauwelijks mee. Walter Luyten (CD&V) wint met dubbel zoveel stemmen van Peter Van Raak (Dorpslijst Ravels). Hans Heylen (CD&V), die naast Luyten en Van Raak extra aandacht kreeg in de krant, is verkozen, maar eindigt pas achtste binnen zijn partij. Met uitzondering van Heylen (CD&V), is de aandacht in de krant voor de verschillende actoren dus terecht.

6.3.2.22 Retie

Over Retie werden acht artikels geschreven naar aanloop van de verkiezingen. Dirk Smets van CD&V en Patrick Geuens van Nieuw Retie lijken op basis van de hoeveelheid aandacht in de krant de favorieten. Smets komt in drie artikelen voor. Geuens in twee. De

overige drie politici die vermeld worden, zijn van Nieuw Retie (1 politicus) en N-VA (2 politici). Nieuw Retie en CD&V zijn de twee partijen met de meeste afzonderlijke aandacht. Ze spelen allebei in twee artikelen een centrale rol. Voor N-VA is dat maar in één artikel.

In Retie is de aandacht in de pers een goede aanwijzing voor de uitslag van de verkiezingen. Patrick Geuens wint met zijn partij Nieuw Retie met één procentpunt van CD&V, de partij van Dirk Smets (39% tegenover 38%). Geuens – goed voor iets meer dan 1300 voorkeurstemmen - en Smets – goed voor iets meer dan 1100 voorkeurstemmen – komen, zoals de persaandacht in de krant doet vermoeden, als winnaars uit de gemeenteraadsverkiezingen. N-VA haalt ‘maar’ 15%. De partij doet het wel nog beter dan sp.a (7%).

6.3.2.23 Rijkevorsel

In Rijkevorsel valt voornamelijk de aandacht voor SNR op. SNR is een regionale partij en staat voor Samen Nieuw Rijkevorsel. De partijnaam komt in een kop voor en heeft daarnaast een centrale rol in één van de vier artikels die over de Ravelse verkiezingen geschreven worden. Gust Van De Mierop is de politicus met de meeste persoonlijke aandacht. Als enige politieke actor komt hij in twee artikels aan bod. Van De Mierop zit in de samengestelde partij Gemeentebelang&Vld. Verder is er nog in één artikel aandacht voor twee CD&V’ers en één Open VLD’er .

De persaandacht voor Van De Mierop is in verhouding met de verkiezingsuitslag. Hij heeft de meeste voorkeurstemmen achter zijn naam staan. Zijn partij Gemeentebelang&Vld (22%) moet wel de duimen leggen voor N-VA (29%) en CD&V (24%). Samen Nieuw Rijkevorsel is pas vierde met 15%. Voor winnaar N-VA is er in de krant geen plaats. SNR, ‘de verliezer’ krijgt daarentegen wel veel aandacht. De Ravelse krantenberichten voorspellen enkel de winnende politicus.

6.3.2.24 Turnhout

Over Turnhout, de Kempische gemeente met het meeste aantal inwoners, werden ook de meeste artikels geschreven: 40. Ook het aantal actoren is navenant. Paul Versteylen van De Stadsljst en Francis Stijnen van CD&V krijgen de meeste aandacht in de krant. Versteylen komt voor in een kop en wordt verder nog in vier artikels als eerste actor

vermeld. Stijnen wordt niet in een kop vernoemd, maar komt wel in het meest aantal artikels aan bod, namelijk dertien. Andere populaire namen zijn Astrid Wittebolle van Groen, Erwin Brentjens van N-VA en Erik Vos van T.I.M. (alle drie vermeld in drie artikels). Opvallend is dat in de koppen enkel kandidaten van De Stadslĳst staan: naast Paul Versteylen, is er ook een kop met partijgenoten Sam Vos en Peter Gevers. Vos en Gevers krijgen in de tekst wel niet zoveel aandacht (ze worden slechts in één artikel vermeld). Bijna alle partijnamen staan één of twee keren in een kop: N-VA, PVDA+, en sp.a twee keer, Groen, T.I.M. (Turnhout Iedereen Mee) en De Stadslĳst één keer. CD&V, Vlaams-Belang en Turnhout Vooruit vallen uit de boot. Groen en N-VA spelen in het meest aantal artikels een centrale rol: ze komen allebei als actor voor in zeven artikels.

N-VA wint in Turnhout met 26%. T.I.M. is tweede met 16%. De partij klopt nipt CD&V met 15%. Sp.a, Groen en Vlaams Belang zijn vierde, vijfde en zesde en schommelen alle drie rond 10%. De Stadslĳst, Turnhout Vooruit en PVDA+ zijn de verliezers met respectievelijk 5%, 4% en 2% van de stemmen. Erik Vos van T.I.M. wint met net geen 2300 voorkeurstemmen. Erwin Brentjens van N-VA heeft er 1500 en is daarmee tweede, Francis Stijnen van CD&V moet het stellen met net geen 1400 naamstemmen. Paul Versteylen van De Stadslĳst overleed een week voor de verkiezingen, wat de extra aandacht in de krant verklaart. Als 34^{ste} op de lijst krijgt hij uiteindelijk nog 108 stemmen en is daarmee zesde opvolger binnen zijn partij. De aandacht in de krant voor de Turnhoutse kandidaten is niet in verhouding met de uiteindelijke resultaten.

6.3.2.25 Vorselaar

Over Vorselaar verschenen slechts drie artikelen over de verkiezingen. In deze drie artikelen spelen zeven politieke actoren een rol: de partijen N-VA, Actiev en AMA (Alles Moet Anders) en de politici Jos Bakelants (N-VA), Lieven Janssens (Actiev), Jan Dhanis (sp.a) en Mizel Gebruers (Actiev). AMA komt niet op bij de verkiezingen. AMA is de voormalige eenmanspartij van Jos Bakelants die overstapte naar de N-VA. N-VA lijkt de belangrijkste partij: enkel zij krijgt een plaats in een kop. Lieven Janssens van Actiev is de populairste politicus: enkel hij wordt in twee artikels vermeld.

Actiev wint in Vorselaar met de helft van alle stemmen (50%). CD&V, die geen enkele vermelding kreeg in de krant, is tweede (20%). N-VA is derde met 15%. Sp.a en Open

VLD ten slotte zijn aan elkaar gewaagd: ze behalen 8% en 7%. Lieven Janssens mag zich overtuigend winnaar noemen. Hij heeft 2000 stemmen achter zijn naam staan, bijna het viervoudige van opvolger en partijgenoot Mizel Gebruers. De aandacht van de krant is niet in verhouding met de latere verkiezingsresultaten. N-VA kreeg in verhouding met haar verkiezingsuitslag te veel pers aandacht, CD&V te weinig.

6.3.2.26 Vosselaar

Over de Vosselaarse verkiezingen verschenen net als bij Vorselaar drie berichten. Vijf actoren spelen een rol: partijen CD&V en sp.a en politici Josée Heykants (CD&V), Luc Nuydens (CD&V) en Liesbeth Poels (Vosselaar Vooruit). CD&V is de enige politieke actor die in een kop voorkomt. Josée Heykants krijgt verder de meeste aandacht. Hij staat als enige politieke actor in twee artikels.

De aandacht in de krant komt min of meer overeen met de resultaten. Josée Heykants wint zowel individueel als met zijn partij CD&V. Heykants haalt net geen 1000 voorkeurstemmen, zijn partij haalt net geen 50%. Vosselaar Vooruit is tweede met 26%. De partij van Liesbeth Poels doet het wel maar één procentpunt beter dan sp.a (25%). Poels is met 678 voorkeurstemmen pas derde. Ze moet Erik Versmissen van CD&V – goed voor 790 stemmen - laten voorgaan. Luc Nuydens, die in tegenstelling tot Erik Versmissen wel aandacht kreeg van de journalisten, is niet verkozen. De interesse voor hem is waarschijnlijk te verklaren door zijn rol van lijstduwer.

6.3.2.27 Westerlo

De journalisten van Het Nieuwsblad en Het Laatste Nieuws schreven samen dertien verkiezingsberichten over Westerlo. In deze berichten komen opvallend veel actoren aan bod. Dit heeft waarschijnlijk te maken met het nieuwe project ‘Positief Westerlo’ van sp.a, Open VLD en enkele onafhankelijke kandidaten, waarmee de voormalige autonome partijen nu samen naar de Westerlose kiezers stapten. Als we ‘Positief Westerlo’, sp.a, Open VLD en de onafhankelijke kandidaten samen bekijken, dan komen ze in totaal zeven keer in een artikel als centrale actor voor. CD&V krijgt van de partijen de tweede meeste aandacht met vier keer een centrale rol in een artikel. De journalisten hebben de meeste interesse voor Guy Van Hirtum van CD&V. Hij komt als enige politicus voor in een kop en wordt verder nog in zeven artikels vermeld. Voor Frans De Cock van (Open VLD, deel van Positief Westerlo) is de tweede meeste aandacht voorzien. Hij komt in vier

artikels aan bod. Guy Van Dijck en Mark Van Den Bruel, van N-VA respectievelijk Groen, zijn ook nog relatief belangrijke actoren. Zij worden in drie artikels vernoemd. Van Dijck is voorzitter van N-VA in Westerlo, maar doet niet mee aan de verkiezingen.

CD&V en N-VA zijn in Westerlo overtuigende winnaars. CD&V behaalt 41%, N-VA 35%. De overige partijen, namelijk Vld-sp.a-PositiefW, Groen en Vlaams Belang, behalen alle drie minder dan 10%. De pers aandacht voor Guy Van Hirthum van CD&V was terecht. Hij behaalt meer dan 3500 voorkeurstemmen. De tweede meeste zijn voor Herman Wynants (iets meer dan 1800 stemmen) van N-VA. Voor hem was er slechts aandacht van de pers in twee artikels. De Cock (Vld-sp.a-PositiefW) en Van Den Bruel (Groen) kregen daarentegen veel meer pers aandacht. Beide heren zijn wel verkozen, maar hebben toch aanzienlijk minder stemmen dan Wynants. In het geval van De Cock zijn het er 1000 minder. In het geval van Van Den Bruel zelfs 1500. De resultaten zijn dus enkel een weerspiegeling van de aandacht in de krant als we alleen naar de winnaar kijken en de overige politieke actoren buiten beschouwing laten. Ook hier was er weer te weinig aandacht voor N-VA als we ons baseren op de verkiezingsuitslag.

6.3.2.28 Brecht

Er verschenen negen berichten over Brecht. Luc Aerts en Patrick Van Assche van CD&V en Vlaams Belang zijn de enige actoren die in meer dan één artikel een centrale rol spelen. Voor Aerts hebben de journalisten de meeste interesse: hij wordt in vier berichten vermeld. Van Assche in twee. Groen is de enige partij die een plaats in een kop krijgt. Naast Groen, krijgen ook nog Open VLD, CD&V en N-VA wat extra aandacht door eenmalig als centrale actor in een artikel aan bod te komen. CD&V en CDB (christendemocraten Brecht) bundelden na jaren van verdeeldheid weer hun krachten en trekken onder de benaming CD&V-CDV naar de kiezer. CDB wordt niet als afzonderlijke centrale actor in de pers vermeld.

In Brecht voorspelde de pers aandacht grotendeels de verkiezingsresultaten. CD&V-CDB wint nipt van N-VA met 33% tegenover 32%. Vlaams Belang en Open VLD volgen met 10,2% en 9,8%. De overige partijen sp.a, Groen en regionale partij H-EERLIJK BRECHT behalen alle drie minder dan 7% van de stemmen. Luc Aerts van CD&V-CDB behaalt 3180 en is zo overtuigd winnaar van de verkiezingen. Voor Vlaams Belang was er

weinig aandacht in de krant in verhouding met haar verkiezingsresultaat. Dat wordt gedeeltelijk goed gemaakt door de aandacht voor Vlaams Belanger Patrick Van Assche. Van Assche krijgt de meeste stemmen van alle Vlaams Belangkandidaten en is verkozen.

6.3.2.29 Kalmthout

Over Kalmthout verscheen slechts één bericht m.b.t. de gemeenteraadsverkiezingen. In dit bericht is er ook maar één centrale politieke actor, namelijk Lukas Jacobs van CD&V. Hij staat niet in de kop.

CD&V is de grote winnaar in Kalmthout met 45% van de stemmen. N-VA is tweede met 27%. Politieke partijen sp.a, Groen en Vlaams Belang halen respectievelijk 10%, 8% en 5%. PVDA+ en de regionale partijen NV-K (Nieuw Vlaams-Kalmthout) en Kalmthout Anders halen minder dan 2%. Lukas Jacobs van CD&V weet meer dan 3400 kiezers te overtuigen. Hij is overtuigend winnaar. Eerstvolgende Clarisse De Rydt haalt ‘slechts’ 829 stemmen. Het enige verkiezingsbericht over Kalmthout voorspelde dus de winnaar van de gemeenteverkiezing.

6.3.2.30 Wuustwezel

Het Laatste Nieuws en Het Nieuwsblad schreven in totaal vier berichten over Wuustwezel naar aanleiding van de verkiezingen. CD&V is de enige partij die apart aandacht krijgt. De partij staat niet in de kop, maar krijgt wel een centrale rol in een artikel. Bovendien zijn drie van de vier centrale politici, die in de artikels over Wuustwezel aan bod komen, van CD&V. Voor Jos Ansoms (CD&V) heeft de pers de meeste interesse. Hij wordt als enige in twee artikels vermeld. Ansoms was veertig jaar burgemeester van Wuustwezel. Hij kwam niet meer op voor de gemeenteraadsverkiezingen in 2012. Naast Ansoms worden ook nog Dieter Wouters en Babette Gommers van CD&V genoemd. Evelyn Steurs van N-VA is de enige niet-CD&V’er waarover in de pers wordt geschreven. Aangezien Steurs pas als zevende op de NV-A-lijst staat, is dit opvallend.

De extra aandacht in de krant voor CD&V wordt weerspiegeld in de resultaten: CD&V behaalt de meeste stemmen (43%). Het is Dieter Wouters van CD&V die de meeste voorkeurstemmen achter zijn naam heeft staan. N-VA haalt de tweede meeste resultaten (22%). Evelyn Steurs haalt ‘slechts’ (gezien de persaandacht) 166 stemmen en is daarmee niet verkozen. Ze schuift wel vier plaatsen op en wordt tweede opvolger binnen N-VA.

6.3.2.31 Zoersel

Over Zoersel werden vier verkiezingsberichten geschreven. De journalisten van Het Laatste Nieuws en Het Nieuwsblad hadden vooral aandacht voor Kaat Somers van sp.a. Ze staat twee maal in de kop van een artikel. Verder valt op dat enkel sp.a'ers en CD&V'ers aandacht kregen. In het geval van sp.a gaat de aandacht naar Kaat en vader Marc Somers. Zij worden allebei in twee artikelen vermeld. In het geval van CD&V gaat de aandacht naar Katrien Schrijvers en Louis Verbergt. Schrijvers komt in twee berichten aan bod. Verbergt in één.

Hoewel er geen enkele persaandacht was voor N-VA, wint de partij in Zoersel met 36% van de stemmen. CD&V is tweede met 29%. De overige partijen, Open VLD, Vlaams Belang, Groen, sp.a en regionale partij H-EERLIJK ZOERSEL (gerangschikt volgens resultaat), doen het heel wat minder goed en halen minder dan tien percent. Marc Somers behaalt het beste resultaat van zijn partij en is verkozen. Hij haalt wel bijna tien keer minder voorkeurstemmen dan Katrien Schrijvers (CD&V), die de Zoerselse gemeenteraadsverkiezingen wint met 2390 voorkeurstemmen. Louis Verbergt van haar partij is eveneens verkozen. Hij springt van de 16^{de} naar de 5^{de} plaats binnen de partij. Verbergt stierf enkele dagen voor de verkiezingen. De familie riep in de krant op om alsnog op hem te stemmen uit eerbetoon. De desinteresse in N-VA en de overmatige interesse voor Kaat Somers (sp.a) in de krant komt niet overeen met de verkiezingsuitslag.

6.3.2.32 Besluit aandacht politici en politieke partijen vs. verkiezingsuitslagen

Of de aandacht voor een politicus of politieke partij ook haar weerslag kent in de verkiezingsresultaten, hangt af van gemeente tot gemeente. Tabel 8 (p. 109) geeft een overzicht van alle gemeenten. Voor het merendeel van de gemeenten (65%) geldt dat er geen weerspiegeling is in de verkiezingsuitslag.

Tabel 8 *Overzicht weerspiegeling aandacht regionale politieke actoren vs. verkiezingsuitslagen*

Gemeente	Weerspiegeling?	Gemeente	Weerspiegeling?
Arendonk	NEEN	Meerhout	NEEN
Baarle-Hertog	JA	Merksplas	NEEN
Balen	NEEN	Mol	NEEN
Beerse	NEEN	Olen	NEEN
Dessel	JA	Oud-Turnhout	NEEN
Geel	JA	Ravels	JA
Grobbendonk	NEEN	Retie	JA
Herentals	NEEN	Rijkevorsel	NEEN
Herenthout	NEEN	Turnhout	NEEN
Herselt	NEEN	Vorselaar	NEEN
Hoogstraten	JA	Vosselaar	JA
Hulshout	NEEN	Westerlo	NEEN
Kasterlee	JA	Brecht	JA
Laakdal	NEEN	Kalmthout	JA
Lille	JA	Wuustwezel	NEEN
		Zoersel	NEEN

7 Conclusie en discussie

In deze masterproef gingen we na in welke mate Het Nieuwsblad en Het Laatste Nieuws gelijkaardig of net verschillend over de gemeenteraadsverkiezingen van 14 oktober 2012 hebben geschreven; en dit in hun regionale katernen. In navolging van Van Aelst (2006) splitsten we onze onderzoeksvragen op volgens de medialogica. De medialogica is een fase in de tijd waarin de media onafhankelijk, dominant en commercieel functioneren ten opzichte van de politiek en het publiek.

Onze eerste hypothese werd bevestigd: Het Nieuwsblad en Het Laatste Nieuws zijn ontzuild (en functioneren dus onafhankelijk van de politiek). Het Nieuwsblad schreef naar aanloop van de gemeenteraadsverkiezingen niet significant meer over een christendemocratische partij. Het Laatste Nieuws schreef niet significant meer over een liberale partij. Toch is het noemenswaardig dat Het Nieuwsblad tien keer zo vaak CD&V – haar zuilpartij - in de krantenkoppen vermeldde dan Het Laatste Nieuws.

Of Het Laatste Nieuws meer of minder commercieel schreef dan Het Nieuwsblad naar aanloop van de verkiezingen, werd onderzocht aan de hand van zes onderzoeksvragen. De eerste vraag betrof de aandacht voor de verkiezingscampagne. Het Laatste Nieuws en Het Nieuwsblad schreven een gelijkaardig aantal verkiezingsberichten³¹. Daarnaast gebruikten beide kranten in ongeveer evenveel artikelen een verkiezingslogo of –banner. Anderzijds verwees Het Nieuwsblad in haar regionale verslaggeving wel vaker dan Het Laatste Nieuws naar de verkiezingen. Een ander verschilpunt was dat beide kranten niet dezelfde evolutie doorliepen naar de verkiezingsdag toe. Het Laatste Nieuws bracht veel gelijkmatiger verkiezingsnieuws dan Het Nieuwsblad; Het Nieuwsblad fluctueerde zeer sterk. Bovendien kenden beide kranten op een ander moment hun hoogtepunt. Het Laatste Nieuws schreef de meeste verkiezingsberichten in week twee (dus drie weken voor de stembusgang), Het Nieuwsblad piekte in week drie (de voorlaatste week voor de verkiezingen). Beide kranten maakten zelfs een tegenovergestelde beweging: wanneer de ene piekte, kende de andere haar dieptepunt. Om de aandacht voor de verkiezingen te kennen, onderzochten we ook de grootte van de artikelen. Het Nieuwsblad schreef

³¹ Zie Methodologie voor beschrijving ‘verkiezingsbericht’

significant kleinere berichten dan Het Laatste Nieuws: een verkiezingsbericht van Het Laatste Nieuws was gemiddeld 50 cm² groter.

Om de commerciële ingesteldheid van de kranten te meten, analyseerden we eveneens de aard van de berichtgeving. Bij beide kranten domineerden inhoudelijke verkiezingsberichten. Het Laatste Nieuws schreef dubbel zoveel over inhoud als Het Nieuwsblad. Het Laatste Nieuws focuste daarnaast vooral op horse race (wedstrijdachtige berichten). Het Nieuwsblad focuste vooral op hoopla (het luchtiger type politiek nieuws). Het Laatste Nieuws varieerde meer binnen een artikel (meerdere onderwerpen per artikel). Het Nieuwsblad varieerde meer onderling, tussen haar artikels (niet in elk artikel stond hetzelfde onderwerp centraal).

Een ander onderdeel van de aard van de berichtgeving betrof ‘interpretatie’, ‘informatie achter de schermen’ en ‘conflicten’. In ongeveer een tiende van de verkiezingsberichtgeving kwam interpretatie voor. Bij interpretatieve journalistiek laat de journalist uitschijnen hoe de lezer het artikel moet interpreteren. Volgens Lindhout en Van Praag (2000) zou vooral wedstrijdachtige berichtgeving (horse race) zich lenen tot interpretatieve journalistiek. Onze resultaten spraken dit tegen. Ook in hoopla- en inhoudelijke berichten kwam relatief vaak interpretatie aan bod. Interpretatieve journalistiek kwam niet significant vaker voor bij één van beide kranten. Bij informatie achter de schermen was er wel een verschil tussen Het Laatste Nieuws en Het Nieuwsblad. Het Nieuwsblad schreef namelijk vier keer zo vaak artikelen met informatie achter de schermen als Het Laatste Nieuws. Bij informatie achter de schermen pent de journalist meer neer dan enkel de harde nieuwsfeiten. Hij schrijft over verborgen motieven of over wie er aan de touwtjes trekt. De berichtgeving in Het Laatste Nieuws was conflictueuzer dan Het Nieuwsblad: Het Laatste Nieuws schreef significant vaker over conflicten dan Het Nieuwsblad. In Het Nieuwsblad werd een conflict wel vaker³² naar voren geschoven door een journalist dan in Het Laatste Nieuws, waarin meestal een politieke actor via een (in)direct citaat aanhaalde dat hij het niet eens was met een andere politicus of politieke partij.

³² Wel niet significant (17% tegenover 8,5%)

Hypothese drie werd bijgevolg allesbehalve bevestigd, het omgekeerde bleek net waar te zijn: Het Laatste Nieuws schreef niet meer hoopla-, maar horse raceberichten; Het Nieuwsblad schreef niet meer horse race-, maar hooplaberichten. Het aandeel inhoudelijk nieuws en de klemtoon op conflicten was in beide kranten ook niet gelijkaardig zoals we vooropgesteld hadden.

We gingen ervan uit dat Het Nieuwsblad nog iets kwaliteitsvoller zou schrijven dan Het Laatste Nieuws en dus vaker voor achtergrondbeschouwingen en verkiezingsrubrieken zou kiezen dan Het Laatste Nieuws. Dit bleek slechts gedeeltelijk waar. Het Nieuwsblad schreef inderdaad meer achtergrondbeschouwingen (Het Laatste Nieuws schreef er geen enkel), maar Het Laatste Nieuws koos onverwacht zes keer zo vaak voor een verkiezingsrubriek als Het Nieuwsblad. In beide kranten primeerden de klassieke nieuwsberichten, al was ook hier een duidelijk verschil: Het Nieuwsblad schreef er dubbel zoveel als Het Laatste Nieuws. Opvallend was ook dat achtergrondverhalen en foto-onderschriften enkel door Het Nieuwsblad werden gebruikt, het opiniestuk kwam dan weer enkel voor bij Het Laatste Nieuws.

In Het Laatste Nieuws werden zoals verwacht meer verkiezingsartikelen vergezeld van een foto, tabel of grafiek (in Het Nieuwsblad stond geen enkele grafiek of tabel). Het Nieuwsblad verraste met grotere foto's.

De personaliseringstendens (de klemtoon in het nieuwsverhaal ligt op een persoon - in dit geval een politicus), deed zich ook voor in de regionale verkiezingsberichtgeving van 2012. De tendens viel vooral op in de teksten van de artikels: een politicus kwam bijna twee keer zo vaak aan bod als een partij. Een verschil tussen beide kranten was er niet. Wel als we keken naar de politici op foto. Opvallend was dat niet Het Laatste Nieuws, maar wel Het Nieuwsblad de meeste politici op foto had staan (relatief gezien). In de krantenkoppen focuste Het Nieuwsblad dan weer voornamelijk op partijen. Het Laatste Nieuws publiceerde eveneens meer partijen dan politici in haar koppen, al was haar voorkeur voor partijen minder uitgesproken dan in Het Nieuwsblad.

Zowel Het Laatste Nieuws als Het Nieuwsblad gaven in hun artikelen de meeste aandacht aan burgemeesters. We kunnen dus spreken van een 'burgemeestersbonus', waarbij de

burgemeesters meer aandacht krijgen dan de andere kandidaten. In drie op de vijf gevallen werden deze populaire actoren opnieuw burgemeester.

Voor het merendeel (65%) van de gemeenten gold dat er geen weerspiegeling was van de persaanbacht voor de politieke actoren in de verkiezingsuitslag. De verkiezingsartikels die over de gemeenten verschenen, voorspelden in de meeste gevallen dus niet de resultaten op 14 oktober.

De relatieve aandacht voor een gemeente was, met uitzondering van de twee grootste gemeenten van de regio, niet in verhouding met haar relatieve grootte. Waarschijnlijk speelden andere factoren, zoals de nieuwsaarde van het artikel en selectieprocessen van de redactie een meer doorslaggevende rol.

We kunnen besluiten dat zowel Het Laatste Nieuws als Het Nieuwsblad de medialogicafase nog (steeds) niet helemaal bereikt hebben. Net zoals Van Aelst in 2006 vaststelde, is dit vooral te wijten aan één van de drie luiken van de medialogica: de dominantie. De regionale journalisten van Het Laatste Nieuws en Het Nieuwsblad bleken nauwelijks invloed te hebben op de verkiezingsuitslag. Aan de twee andere criteria voldeden Het Laatste Nieuws en Het Nieuwsblad wel. Beide kranten fungeerden niet langer als spreekbuis voor hun zuilpartij (ze waren politiek onafhankelijk) en ze namen een centrale en commerciële rol in tijdens de verkiezingsperiode.

Deze centrale en commerciële rol vulden ze allebei op hun eigen manier in. In de regionale verkiezingsberichtgeving van Het Nieuwsblad werd veel hoopla (luchtig politiek nieuws) geschreven; in Het Laatste Nieuws stond er dan weer veel horse race (wedstrijdachtige berichten). Het Nieuwsblad publiceerde grotere, Het Laatste Nieuws publiceerde meer foto's. De informatie-achter-de-schermenartikels en het suggereren van een conflict zonder dat een politieke actor hier een woord over repte, zorgde er in Het Nieuwsblad voor dat de journalist een centrale rol innam bij het doorgeven van informatie. In Het Laatste Nieuws leenden de opiniestukken zich goed tot deze interpretatieve rol. Ten slotte was er in beide kranten sprake van personalisering, een belangrijk kenmerk van de moderne - meer commerciële - media, waarbij het verhaal draait rond een persoon, in dit geval een politicus.

Beperkingen van deze studie

Deze studie kent meerdere beperkingen. Ten eerste analyseerden we uitsluitend de regionale verkiezingsberichtgeving in (twee) kranten. De regionale verkiezingsberichtgeving van nieuwssites, politieke brochures, sociale media, de regionale televisie, etc. werden dus buiten beschouwing gelaten. Bovendien beperkten we ons tot één regiokatern, namelijk de Antwerpse Kempen, om de resultaten nadien te veralgemenen naar de ‘regionale verkiezingsberichtgeving’. Ten slotte analyseerden we enkel de berichtgeving tijdens de verkiezingsperiode (vier weken voor de stembusgang), terwijl ook de berichtgeving in niet-verkiezingsperiodes de kiezer kan beïnvloeden.

Suggesties voor vervolgonderzoek

Het is aan te raden om deze masterproef, en dan vooral de onderzoeksvragen over dominantie en onafhankelijkheid, aan te vullen met kwalitatief onderzoek: interviews met de kiezers om uit te maken in welke mate ze werden beïnvloed door de regionale berichtgeving van Het Laatste Nieuws en Het Nieuwsblad; en een kwalitatieve inhoudsanalyse om de toon van de berichtgeving te analyseren. In het geval van de dominantie, zijn we ervan uitgegaan dat er een verband was tussen de berichtgeving en de verkiezingsresultaten. In het geval van de onafhankelijkheid, hebben we enkel gekeken hoe vaak en waar (in de kop, tekst,..) een politieke actor werd vernoemd. En dit zonder rekening te houden met hoe er over de actor werd geschreven. Indien Het Nieuwsblad uitgesproken positief schreef over CD&V en uitgesproken negatief over de rest, en Het Laatste Nieuws deed hetzelfde maar dan over Open VLD, dan is er wel nog sprake van verzuiling. Bijkomend onderzoek zou deze masterproef dan ook betrouwbaarder maken.

Literatuurlijst

- Altheide, D. (1985). *Media power*. Beverly Hills: Sage.
- Altheide, D., & Snow, R. P. (1979). *Media logic*. Beverly Hills: Sage.
- Broersma, M. (2003). *Tegen de trend: regionale journalistiek in een veranderende samenleving*. Apeldoorn: Wegener.
- Centrum voor Informatie over de Media. (2012). *Echtverklaring Pers: driemaandelijke verklaringen: samenvattende tabellen 2012-T1/2012-T4* [pdf-bestand]. Geraadpleegd via <http://www.cim.be>
- Compulsory voting. (2013). Geraadpleegd op 26 februari 2013, via http://en.wikipedia.org/wiki/Compulsory_voting
- Dalton, R., & Wattenberg, R. (2000). Partisan change and the democratic process. In R. Dalton, and M. Wattenberg (Eds.), *Parties without partisans: Political change in advanced industrial democracies* (pp. 261-285). Oxford: Oxford University Press.
- De Bens, E., & Raeymaeckers, K. (2007). *De Pers in België: het verhaal van de Belgische dagbladpers gisteren, vandaag en morgen*. Leuven: LannooCampus.
- De Gentenaar. (2012). Geraadpleegd op 3 maart 2013, via http://nl.wikipedia.org/wiki/De_Gentenaar
- De Morgen. (2013). Geraadpleegd op 3 maart 2013, via www.depersgroep.be/nl/brands/de-morgen
- De Nieuwe Gazet. (2012). Geraadpleegd op 3 maart 2013, via http://nl.wikipedia.org/wiki/De_Nieuwe_Gazet
- De Persgroep Advertising Print. (2013). *Het Laatste Nieuws: tarieven en info: regio 2013* [pdf-bestand]. Geraadpleegd via <http://www.persgroeppadvertising.be>
- De Persgroep Regio. (2013). Kaarten regio [pdf-bestand]. Geraadpleegd via www.persgroeppregio.be
- De referentie in business en finance (2013). Geraadpleegd op 3 maart 2013, via <http://www.trustmedia.be/nl/title/de-tijd-lecho>

- De Swert, K., & Walgrave, S. (2002). De kanselierbonus in de Vlaamse pers: een onderzoek naar regering en oppositie in drie Vlaamse kranten (1991-2000). *Tijdschrift voor sociologie*, 23(3-4), 371-401. Geraadpleegd via <http://www.m2p.be>
- Gazet van Antwerpen. (2013). Geraadpleegd op 3 maart 2013, via <http://www.concentra.be/gazet-van-antwerpen/>
- Het Belang van Limburg. (2013). Geraadpleegd op 3 maart 2013, via <http://www.concentra.be/het-belang-van-limburg/>
- Het Nieuwsblad/De Gentenaar. (2013). Geraadpleegd op 3 maart 2013, via <http://www.corelio.be/media/nieuwsblad-gentenaar/>
- Journalistiek: genres binnen de journalistiek. (2008). Geraadpleegd op 4 mei 2013, via <http://www.infonu.nl>
- Kools, I., Van Gorp, M., & Soulliaert, F. (2011). *Mediaconcentratie in Vlaanderen* [pdf-bestand]. Geraadpleegd via <http://www.vlaamseregulatormedia.be>
- Lindhout, I., & Van Praag, P. (2000). Dagbladen: sfeer en interpretatie. In P. Van Praag & K. Brants (red.), *Tussen beeld en inhoud: politiek en media in de verkiezingen van 1998* (pp. 86-111). Amsterdam: Het Spinhuis.
- Mazzoleni, G. (1987). Media logic and party logic in campaign coverage: The Italian general election of 1983. *European Journal of Communication* (2), 81-103.
- Mazzoleni, G. (2000). A return to civic and political engagement prompted by personalized political leadership? *Political Communication*, 17, 325-328
- McAllister, I. (2005). Calculating or capricious? The new politics of late deciding voters. In D. Farrell and R. Schmitt-Beck (Eds.), *Do political campaigns matter?* (pp. 22-40). London: Routledge.
- Norris, P., Curtice, J., Sanders, D., Scammell, M., & Semetko, H. (1999). *On message. Communicating the campaign*. London: Sage
- Poguntke, T., & Webb, P. (2005). *The presidentialisation of politics: A comparative study of modern democracies*. Oxford: Oxford University Press
- Raeymaeckers, K. (2002). Research note: Young people and patterns of time consumption in relation to print media. *European Journal of Communication*, 17(3), 369-383.

- Raeymaeckers, K. (2004). Newspaper editors in search of young readers: Content and layout strategies to win new readers. *Journalism Studies*, 5(2), 221-231. Doi: 10.1080/1461670042000211195
- Raeymaeckers, K., Hautekeete, L., & Deprez, A. (2007). To read or not to read: Can policy support the future reader market? A Flemish case study. *European Journal of Communication*, 22(1), 89-107.
- Scholten, O., & Ruigrok, N. (2006). *Politiek en politici in het nieuws in vijf landelijke dagbladen*. Amsterdam: Stichting Het Persinstituut.
- Schmitt-Beck, R. & Farrell, D. (2005). Do political campaigns matter? Yes, but it depends. In D. Farrell and R. Schmitt-Beck (Eds.), *Do political campaigns matter?* (pp. 22-40). London: Routledge.
- Semetko, H. A. (1996). The media. In L. LeDuc, R. G. Niemi, and P. Norris (Eds.), *Comparing democracies. Elections and voting in global perspective* (pp. 254-279). London: Sage.
- Shaker, L. (2011). Community Newspapers play Significant Role in Election. *Newspaper Research Journal*, 32(1), 6-18.
- Sperperiode (verkiezingen). (2012). Geraadpleegd op 26 februari 2013, via [http://nl.wikipedia.org/wiki/Sperperiode_\(verkiezingen\)](http://nl.wikipedia.org/wiki/Sperperiode_(verkiezingen))
- Stemplicht. (2013). Geraadpleegd op 26 februari 2013, via <http://nl.wikipedia.org/wiki/Stemplicht>
- Swanson, D. & Mancini, P. (1996). *Politics, media and modern democracy: an international study of innovations in electoral campaigning and their consequences*. Westport: Praeger.
- Van Aelst, P. (2002). Politici online: naar een verdere personalisering van de politiek? *PSW Paper*, 2002(4), 1-19.
- Van Aelst, P. (2006). Toeschouwer, speler of scheidsrechter: een empirische studie over de rol van de media in de verkiezingscampagne van 2003 (Doctoraat). Geraadpleegd via <http://www.m2p.be/publications/00110832.pdf>

- Van Aelst, P., & De Swert, K. (2009). Politics in the news: Do campaigns matter? A comparison of political news during election periods and routine periods in Flanders (Belgium), *Communications*, 34(2), 149-168. doi: 10,1515/COMM.2009.011
- Van Praag, P., & Brants, K. (red.). (2000). *Tussen beeld en inhoud: politiek en media in de verkiezingen van 1998*. Amsterdam: Het Spinhuis.
- Verzuiling. (2012). In Wikipedia. Geraadpleegd op 17 oktober 2012, via <http://nl.wikipedia.org/wiki/Verzuiling>
- Vlaamse Regulator voor de Media. (2012). *Mediaconcentratie in Vlaanderen: rapport 2012* [pdf-bestand]. Geraadpleegd via <http://www.vlaamseregulatormedia.be>
- Walgrave, S., & Van Aelst, P. (2006). The Contingency of the Mass Media's Political Agenda Setting Power: Toward a Preliminary Theory. *Journal of Communication*, 56(1), 88-109. doi:10.1111/j.1460-2466.2006.00005.x

Bijlage 1: Codeboek

Variable	Label	Omschrijving	Waarden
00	ID	ID-nummer	1,2,3,...
0	Naam	Naam codeur	...
1	Datum	Datum	dd/mm/jjjj
2	Krant	Krant	1= Het Laatste Nieuws 2= Het Nieuwsblad
3	Pag.nr.	Paginanummer Indien het artikel op de volgende pagina doorloopt, wordt het eerste paginanummer vermeld.	1,2,3,...
4	Vpg. regio	Staat het artikel op de voorpagina (de eerste pagina) van de regionale katern?	0 = Nee 1 = Ja
51	Gem1	Gemeente 1 (in dateline of waarover het bericht in de eerste plaats gaat) Opmerking1: deelgemeenten worden niet apart, maar volgens 'hoofdgemeente' gecodeerd. Opmerking2: cijfers 1-27 horen volgens HLN bij de Antwerpse Kempen; cijfers 28 - 33 worden ook door HN als Antwerpse Kempen aanschouwd.	1= Arendonk 2= Baarle-Hertog 3= Balen 4= Beerse 5= Dessel 6= Geel 7= Grobbendonk 8= Herentals 9= Herenthout 10= Herselt 11= Hoogstraten 12= Hulshout 13= Kasterlee 14= Laakdal 15= Lille 16= Meerhout 17= Merksplas 18= Mol 19= Olen 20= Oud-Turnhout 21= Ravels 22= Retie 23= Rijkevorsel 24= Turnhout 25= Vorselaar 26=Vosselaar 27= Westerlo 28= Brecht 29= Kalmthout 30= Kasterlee 31= Laakdal 32= Wuustwezel 33= Zoersel 34= andere

52	Gem2	Gemeente 2 (enkel indien het bericht over twee gemeenten handelt en het niet mogelijk is om uit te maken welke gemeente centraal staat, gemeente 1 is gemeente die van beiden eerst vermeld wordt)	Zie 41 (hierboven)
6	Kop	Wat is de kop (+sub- of ondertitels) van het artikel?	...
7	Kopp	Bevat de kop (of subtitel) de naam (ook enkel voornaam of achternaam geldt) van een politicus? (hertoe behoort ook een specifieke politieke functie die maar op één persoon kan wijzen bv. (de) burgemeester of (de) schep van onderwijs/milieu/ruimtelijke ordening/...)	0= Nee 1= Ja
71	Kp1	Indien ja, geef naam politicus1:	...
72	Kp2	Indien ja, geef naam politicus2 (als die er is):	...
8	Koppa	Bevat de kop (of subtitel) de naam van een politieke partij?	0= Nee 1= Ja
81	Kpa1	Indien ja, geef naam partij1:	...
82	Kpa2	Indien ja, geef naam partij2 (als die er is):	
9	Soort	Wat voor soort bericht is het?	1= Nieuwsbericht (berichtgeving over laatste 24 uur) 2= Vaste verkiezingsrubriek (Bericht met een verkiezingslay-out (bv. logo met hierop 'gemeenteraadsverkiezingen 2012) is niet voldoende. Het moet wel degelijk gaan om een 'rubriekje' speciaal voor de verkiezingen, dat (bijna) iedere dag terugkeert) 3= Interview 4= Opinie of column (door redacteur of journalist) 5= Opinie of column (door derden) 6= Achtergrondverhaal / (Nieuws-)analyse 7= Foto-onderschrift (een, twee of drie zinnen bij een foto zonder artikel) 8 = Portret of profiel (persoon staat centraal) 9 = Overig

10	Art. groot	Hoe groot is het artikel? (Met artikel wordt de tekst + eventueel een begeleidende foto bedoeld)	... cm2
11	Foto	Gaat het bericht vergezeld van (een) foto's?	0= nee 1= ja
12	Foto aantal	Hoeveel foto's?	...
13	Foto groot	Hoe groot is de foto? Eventueel meerdere foto's bij één artikel samentellen)	... cm2
14	Kop groot	Hoe groot is de hoofdkop?	... cm2
15	Tekening	Gaat het bericht vergezeld van een tekening? (Deel van) verkiezingslay- out hoort niet bij tekening.	0= nee 1= ja
16	Tek. aantal	Aantal tekeningen	...
17	Tek. groot	Hoe groot is de tekening?	...cm2
18	Grafiek/tabel	Gaat het bericht vergezeld van een grafiek/tabel?	0= nee 1= ja
19	GT aantal	Aantal grafieken/tabellen	...
20	GT groot	Hoe groot is de grafiek/tabel?	...cm2
21	Lay-out verkiezing	Maakt het artikel deel uit van de verkiezingsberichtgeving? (bv. door het hoofd van de pagina of lay-out van het artikel?)	0= Nee 1= Ja
		Onderwerp item [Deze variabele wordt gebruikt om te bepalen of een item, of een deel van het item, inhoud (nl. 1, 2, 3, 4), hoopla (5,6,7,8) of horse race (9, 10, 11, 12) is].	INHOUD 1= Huidig (bestuurs)beleid (bv. criminaliteit) 2= Toekomstig (bestuurs)beleid (bv. volgend gemeentebestuur moet besparen; moet meer werk maken van verkeersveiligheid) 3= Huidig en toekomstig beleid 4= Inhoudelijke standpunten/achtergrondinfo over thema's (duurzame economie is campagnethema van Groen) HOOPLA 5= Campagne-events (bv. politici op pad) 6= Hoe campagne voeren (items over campagneinstrumenten als websites, affiches, slogans, e.d.; media berichtgeving over campagne; budgetten in campagnes) 7= Persoonlijke berichten over politici (persoonlijke eigenschappen, privéaangelegenheden, bv. politicus viert zijn verjaardag, was in zijn jeugd al zo plichtsgetrouw etc.; persoonlijke kijk van de politicus op de campagne)

			<p>8= (Leiderschaps)kwaliteiten van politici (kennis gemeente, loodgieter, integer,...)</p> <p>HORSE RACE</p> <p>9= Opiniepeilingen en electoraal onderzoek (bespreken van resultaten ervan; stemtest, stemadvies)</p> <p>10= Electorale strategie partijen (algemeen verhaal van campagne van een partij; wie wordt naar voren geschoven, welke thema's besproken, hoe gaat partij het aanpakken na verkiezingen...); politici/partijen (of oppositie en meerderheid) worden tegenover elkaar geplaatst</p> <p>11= Coalitievorming/Bestuursvorming/Verdeling schepenposten/Aanvallen op andere partij (m.b.t. coalitie)/Kandidaat burgemeester/Grootste partij (bv. CD&V niet met groenen; huidige burgemeester opnieuw kandidaat burgemeester?)</p> <p>12= Commentaar op winst en verlies van partijen (in peilingen, voorspellingen, speculaties,...)</p> <p>OVERIG</p> <p>13= Organisatie van de verkiezingen (praktische, wettelijke regelingen, stemmen in het buitenland, hoe volmacht geven)</p> <p>14= Overig (bv. politici in opspraak)</p>
221	Item1	Eerste onderwerp item (Komt het vaakst aan bod/klemtoon ligt hier het meest op)	Zie hierboven (code 1 - 14)
222	Item2	Tweede onderwerp item (Komt het tweede vaakst aan bod/klemtoon ligt hier het tweede meest op)	Cfr. 191 (code 1 - 14) Vaak is tweede onderwerp nodig, bv. interview met politicus is soms combinatie van inhoud en horse race of bij opiniepeilingen (horse race) is er soms ook deel inhoud
223	Item3	Derde onderwerp item (Komt het derde vaakst aan bod/klemtoon ligt hier het derde meest op)	Cfr. 191 (code 1 - 14) Uitzonderlijk gebruiken
231	Actor1	Actor 1 Welke actor wordt eerst vermeld in de tekst? Opmerking 1: (Tussen)titels worden buiten beschouwing gelaten	0 = Geen expliciete actor 1 = Regionale politicus (gemeentelijk niveau) 2= Regionale partij (gemeentelijk niveau) 3= Aan een partij gelieerde

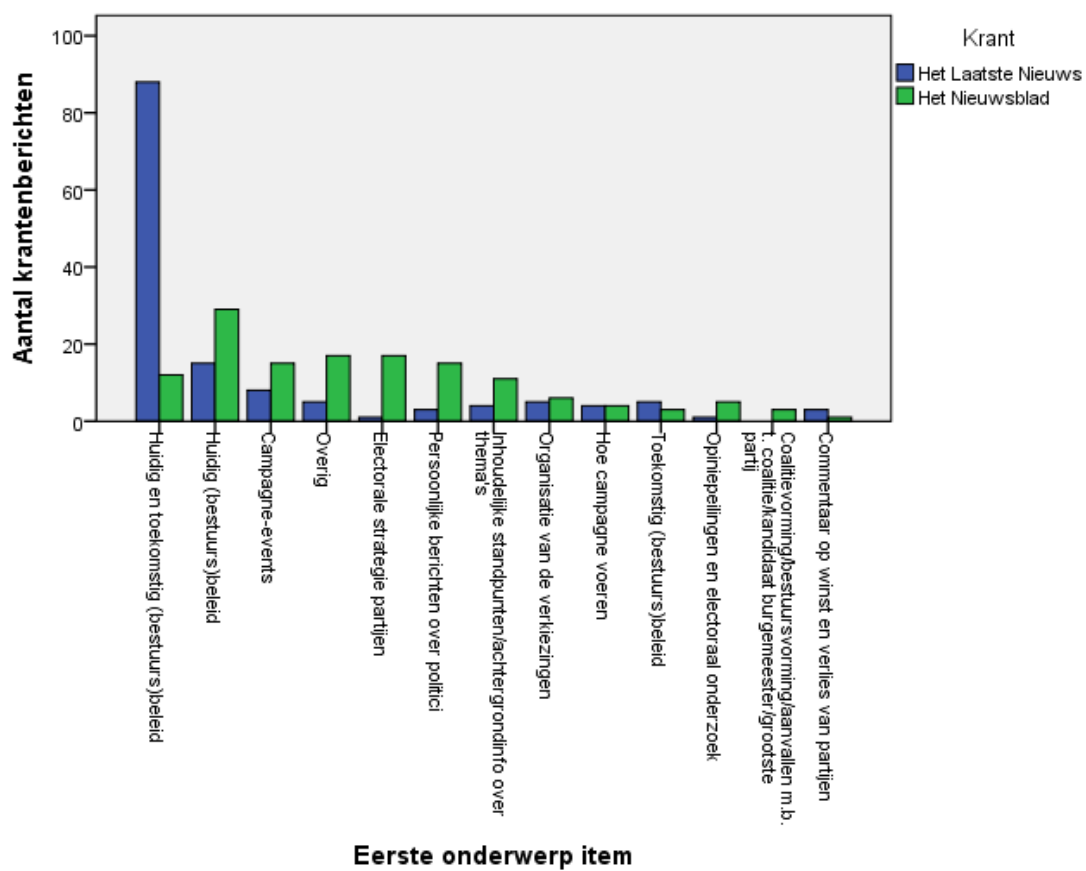
		Opmerking 2: Enkel personen of bij naam genoemde organisaties kunnen actor zijn. NIET: landen, steden, ‘het bestuur’, paarsgroen	deskundige: 4= Deskundige/expert 5= Belangengroepering of vertegenwoordiger ervan: (vakbond, actiegroep, ...) 6= Medium (krant, zender) of journalist:... 7= Vereniging (sport-, jeugd-,...) 8=Binnenlandse politicus of partij (provinciaal, federaal of Vlaams/Waals niveau):... 9= Buitenlandse politicus of partij:... (verschillende politici worden samen als één actor beschouwd als ze in één adem genoemd worden, bv. “... door een actie van Franstalige politici”: ‘Franstalige politici’ is dan de actor) 10= (Inter)nationale instelling of vertegenwoordiger ervan:... (Als eerst een (inter)nationale instelling wordt vermeld en vlak erna nog eens de vertegenwoordiger ervan, dan worden die als dezelfde actor beschouwd (dus geen twee aparte actoren voor rekenen). Een voorbeeld: “... legde de vraag voor aan het Europees Hof van Justitie. De advocaat-generaal van dit Hof noemde de regeling in strijd met de fundamentele Europese rechten.” Het Europees Hof van Justitie is hier actor 1 en de advocaat generaal is ook actor 1. Actor 1 komt in deze twee zinnen dus twee maal voor.) 11= Burger (Verschillende burgers samen gelden als één actor: bv. ‘de bewoners van de Tulpenstraat’ = 1 actor); ‘Inwoners’, ‘jeugd’,... worden niet als actor beschouwd. Pas wanneer de burger specifiek wordt vermeld (bij naam of bv. ‘een bewoner van de Tulpenstraat’, geldt die als actor.) 12= Overig, nl.
2311	Actor 1 Naam politicus	Indien Actor 1 = politicus, geef naam:	...
2312	Actor 1 Naam partij	Indien Actor 1 = partij, geef naam:	...
2313	Actor1 Geen politicus of partij Naam	Indien Actor1 = geen politicus of partij, geef naam: Geef functie als de code niet specifiek naar één persoon verwijst.	...
2314	Actor1	Staat de actor op de foto of	0= Nee

	foto/tekening	de tekening?	1= Ja
2315	Actor1 aantal	Hoeveel keer wordt deze actor in het artikel vermeld? (volledig artikel, dus ook in bijschrift foto)	... Letterlijk + voor personen ook 'functie' bv. De lijsttrekker van Open VLD, de burgemeester; voor partij ook gekende synoniemen bv. Open Vld = de liberalen, de liberale partij,...) Niet: hij, zij, de partij en andere onpersoonlijke verwijzingen
2316	Actor1 stndpnt	Komt het standpunt van de actor aan bod? (volledig artikel)	0= Nee 1= Ja, niet letterlijk (x stelt dat, y vindt dat, volgens w, ...) 2= Ja, letterlijk (interview of citaat met aanhalingstekens)
232 - 2326	Actor2 Etc.	Actor 2 Welke centrale actor wordt als tweede vermeld? + Alle vragen herhalen cfr. Actor1, maar nu voor tweede actor (indien die er is)	
233- 2336	Actor3 Etc.	Actor 3 Welke centrale actor wordt als derde vermeld? + Alle vragen herhalen cfr. Actor1, maar nu voor derde actor (indien die er is)	
234- 2346	Actor4 Etc.	Actor 4 Welke centrale actor wordt als vierde vermeld? + Alle vragen herhalen cfr. Actor1, maar nu voor vierde actor (indien die er is)	
235- 2356	Actor5 Etc.	Actor 5 Welke centrale actor wordt als vijfde vermeld? + Alle vragen herhalen cfr. Actor1, maar nu voor vijfde actor (indien die er is)	
24	14 okt. 2012	Is er in het artikel een verwijzing naar de gemeenteraadsverkiezingen van 14 oktober 2012? (Letterlijk of ook synoniemen bv. "stemming (in oktober)" of indirect door bv. te verwijzen naar "de nieuwe legislatuur")	0 = Nee 1 = Ja
25	Conflict	Is er in het artikel sprake van een conflict of aanvallen op andere partijen/politici?	0= Nee 1= Ja, inhoudelijk(e) conflict/aanvallen tussen partijen (bv. SP.A en Groen niet eens over bouw sociale woningen)

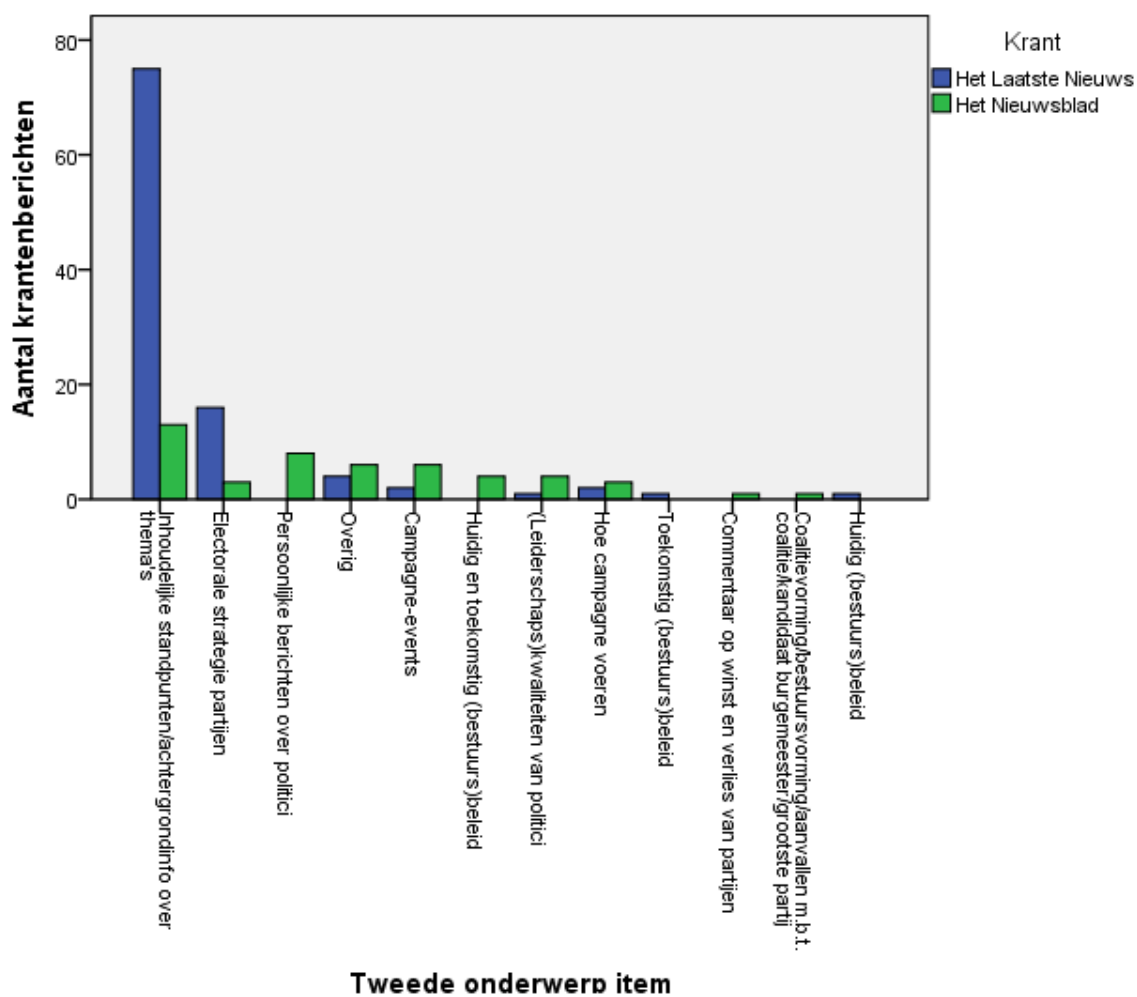
			<p>2= Ja, inhoudelijk conflict tussen personen (bv. burgemeester niet eens met schepen of gemeenteraadslid)</p> <p>3= Ja, inhoudelijk conflict tussen persoon en partij (bv. burgemeester niet eens met oppositiepartij)</p> <p>4= Ja, niet-inhoudelijk conflict tussen partijen (Open Vld wil niet verder met de groenen)</p> <p>5= Ja, niet-inhoudelijk(e) conflict/aanvallen tussen personen (bv. burgemeester boos op schepen)</p> <p>6= Ja, niet-inhoudelijk conflict/aanvallen tussen partij en persoon (bv. Open Vld boos op burgemeester)</p> <p>7= Ja, zowel inhoudelijk conflict tussen personen als inhoudelijk conflict tussen partijen</p> <p>8= Ja, zowel niet-inhoudelijk conflict tussen personen als niet-inhoudelijk conflict tussen partijen</p> <p>9= Ja, zowel niet-inhoudelijk als inhoudelijk conflict tussen partijen</p> <p>10= Ja, zowel niet-inhoudelijk als inhoudelijk conflict tussen personen</p> <p>11= Ja, zowel niet-inhoudelijk als inhoudelijk conflict tussen zowel personen als tussen partijen (niet inhoudelijk: op de inhoud van het conflict wordt niet ingegaan)</p>
26	Conflictini	Wordt het bovengenoemde conflict naar voren gebracht door een actor of een journalist?	<p>0 = Geen conflict</p> <p>1 = Actor</p> <p>2 = Journalist</p> <p>3 = Beide (actor en journalist)</p>
27	Interpretatie	<p>Is er sprake van een expliciete interpretatie van het nieuws door een journalist zelf?</p> <p>(= niet enkel 'wat' er gebeurt, maar ook 'waarom' iets gebeurt)</p> <p>Als een journalist vraagt aan een politicus of expert waarom iets gebeurt, dan is dit geen interpretatie. Als de journalist zelf het antwoord suggereert wel.</p>	<p>0 = Nee</p> <p>1 = Ja</p>
28	Schermen	<p>Is er ook sprake van informatie 'achter de schermen'?</p> <p>Verborgene motieven, niet uitgesproken strategieën, wie trekt aan de touwtjes,</p>	<p>0 = Nee</p> <p>1 = Ja</p>

		verklaren waarom politici iets wel of niet zeggen, het verhaal achter het verhaal...)	
29	Opm.	Opmerkingen	

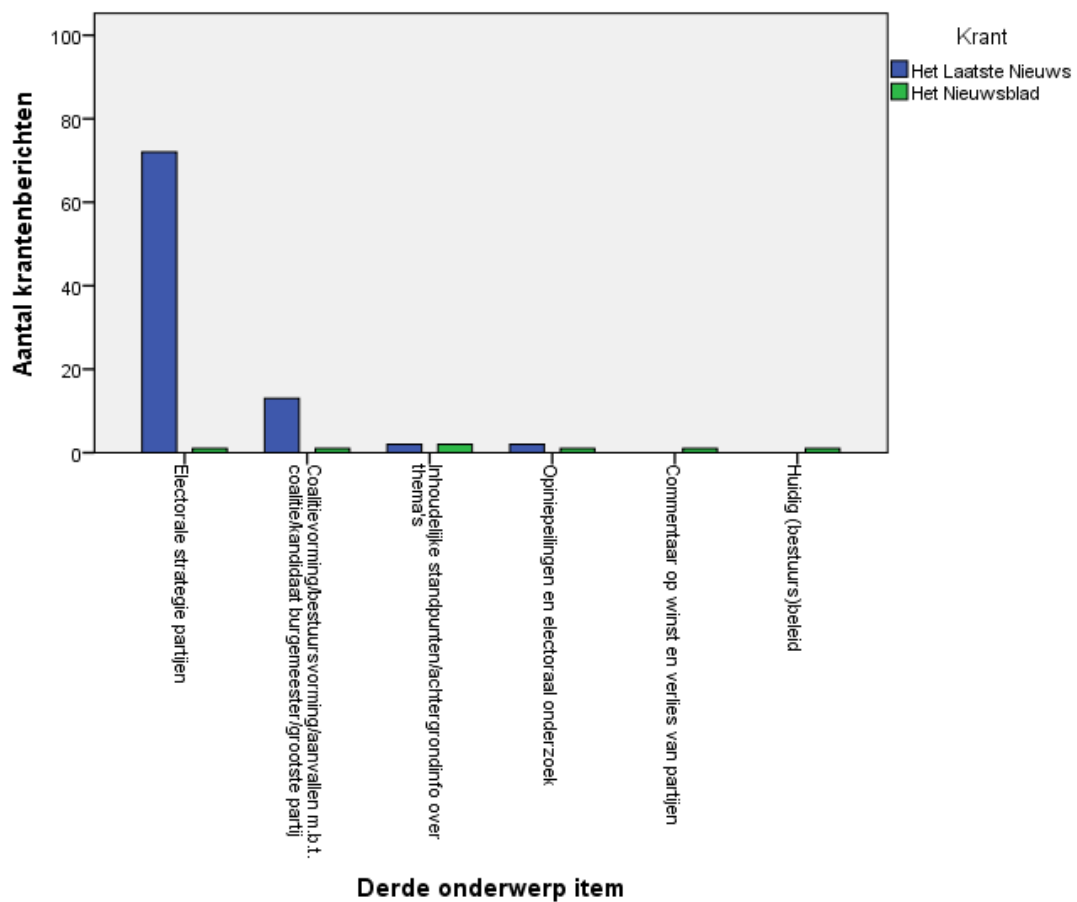
Bijlage 2: Figuren



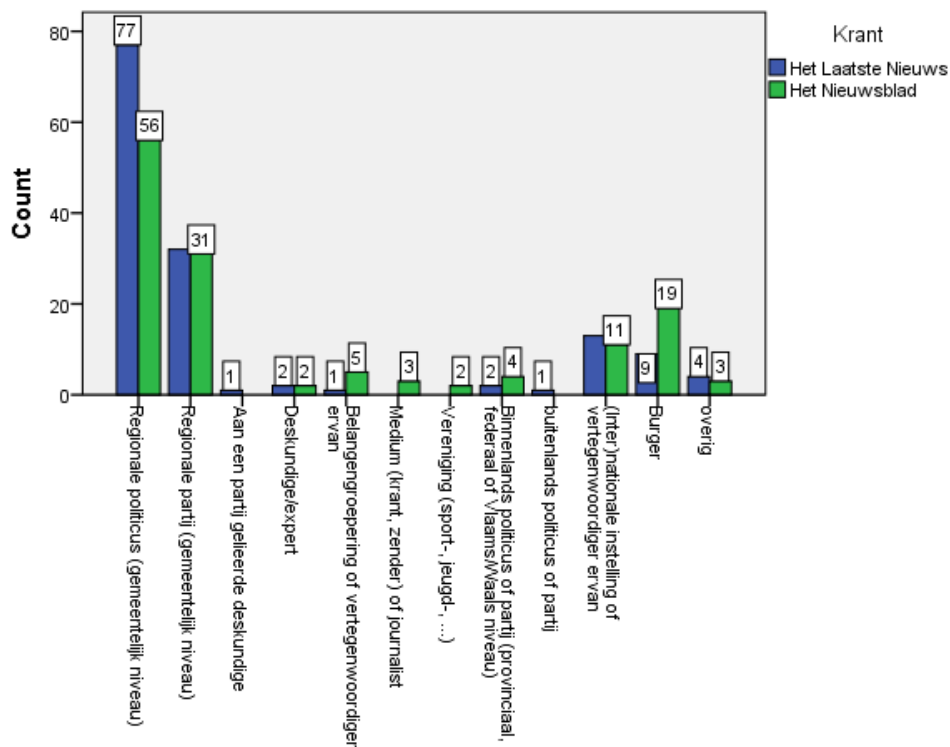
Figuur 16. Aard van de regionale verkiezingsberichtgeving in Het Laatste Nieuws en Het Nieuwsblad: eerste onderwerp item



Figuur 17. Aard van de regionale verkiezingsberichtgeving in Het Laatste Nieuws en Het Nieuwsblad: tweede onderwerp item



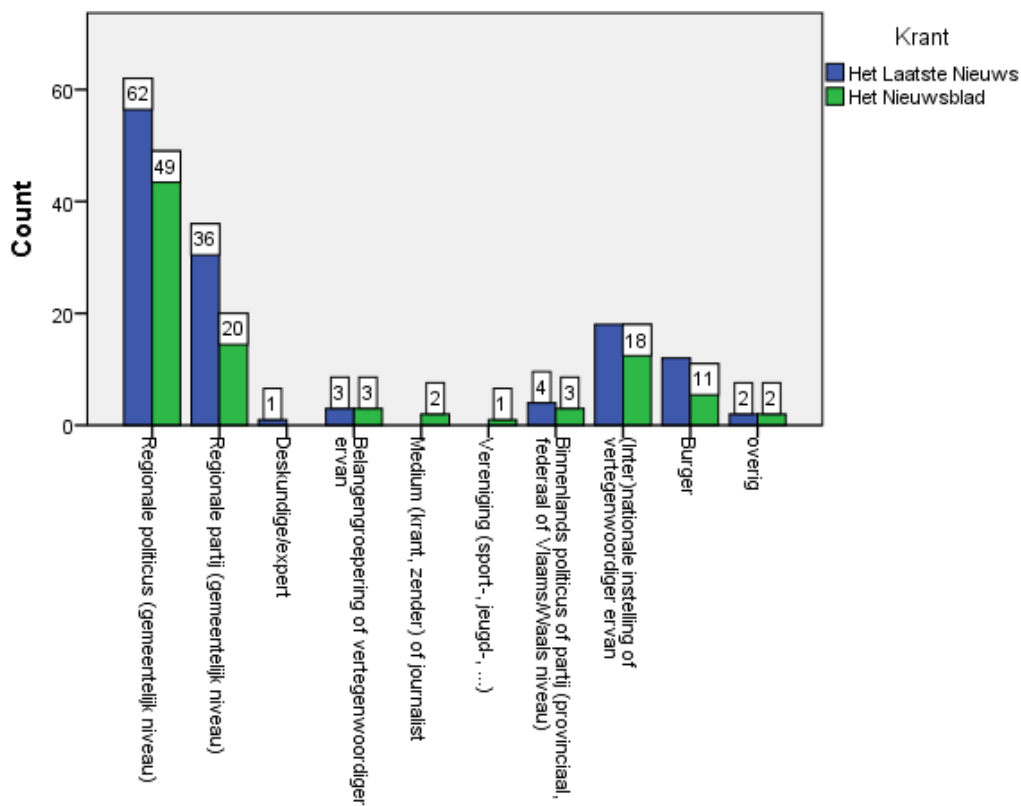
Figuur 18. Aard van de regionale verkiezingsberichtgeving in Het Laatste Nieuws en Het Nieuwsblad: derde onderwerp item



Welke actor wordt het eerst vermeld in de tekst?

Figuur 19. Personalisering (actor 1): soorten actoren: HLN vs. HN*

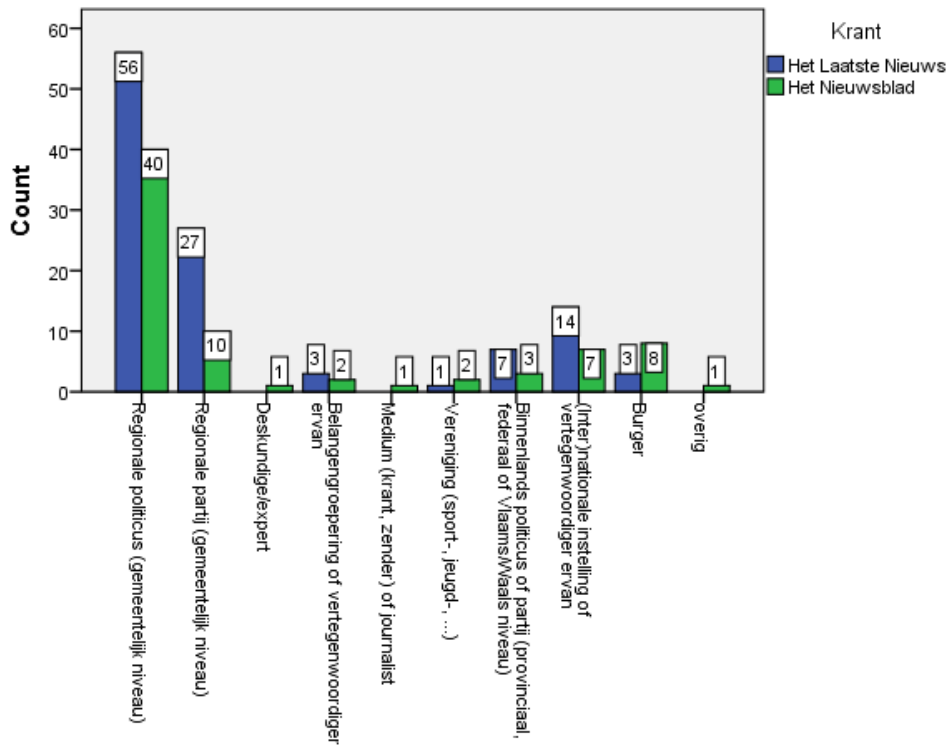
*geen significant verschil



Welke actor wordt als tweede vermeld in de tekst?

Figuur 20. Personalisering (actor 2): soorten actoren: HLN vs. HN*

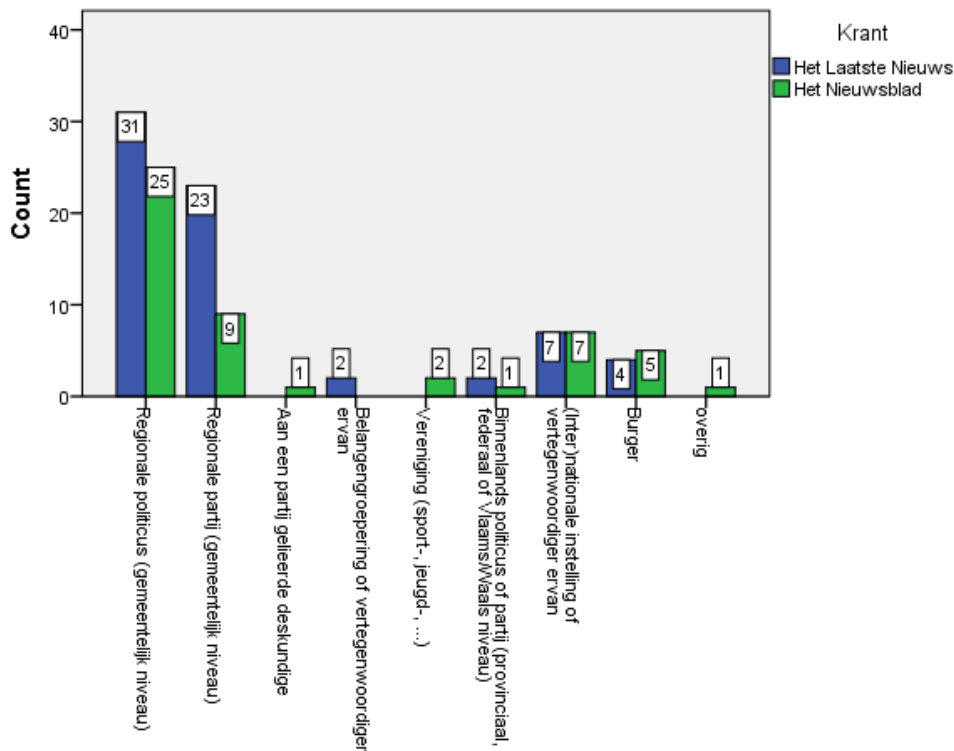
*geen significant verschil



Welke actor wordt als derde vermeld in de tekst?

Figuur 21. Personalisering (actor 3): soorten actoren: HLN vs. HN*

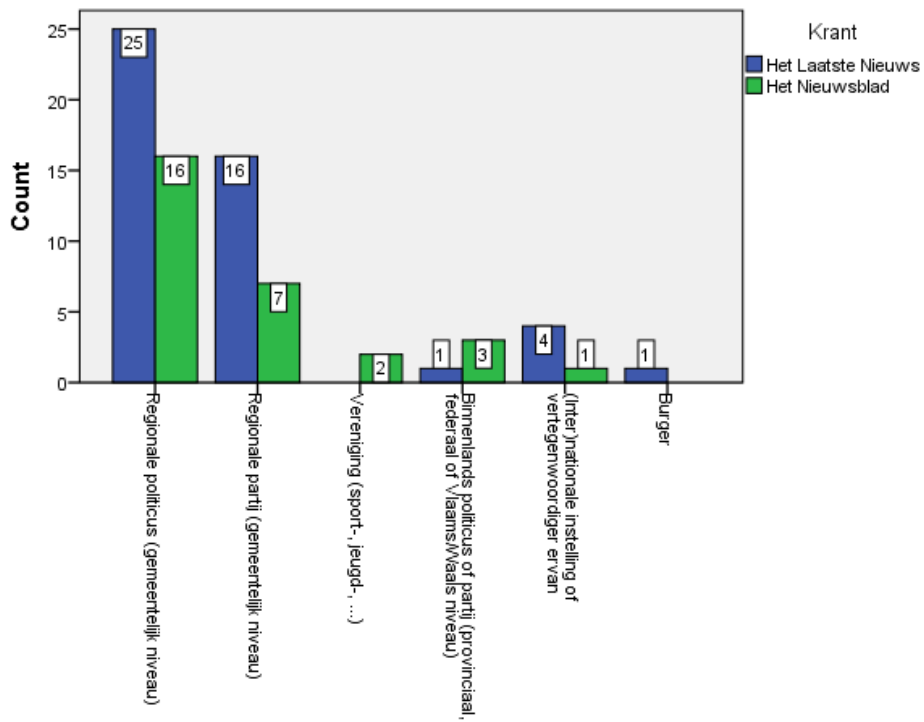
*geen significant verschil



Welke actor wordt als vierde vermeld in het ...

Figuur 22. Personalisering (actor 4): soorten actoren: HLN vs. HN*

*geen significant verschil



Welke actor wordt als vijfde vermeld in het artikel?

Figuur 23. Personalisering (actor 5): soorten actoren: HLN vs. HN*

*geen significant verschil

Bijlage 3: Tabellen

Tabel 9 Aandacht gemeentes vs. hun grootte

Gemeente	Aantal vermeldingen		Percentage vermeldingen		Rangorde vermelding		Aantal inwoners		Percentage inwoners		Rangorde grootte		inwoners/vermeldinge		afwijking tegenover het gemiddelde (1892)		afwijking tegenover het gemiddelde (absoluut)	
	1	3	1,1	3,2	1,1	3,2	16 HN	18126	3,4%	3,4%	12	18126	-16234	16234				
Kalmthout	1	3	0,4	1,1	15 HN	21555	4,1%	4,1%	8	7185	-5293	5293						
Zoersel	3	3	1,1	1,1	15 allebei	12905	2,4%	2,4%	18	4302	-2410	2410						
Oud-Turnhout	3	4	1,4	1,4	14 allebei	17167	3,2%	3,2%	13	4292	-2400	2400						
Beerse	4	5	1,8	1,8	13 HN	19547	3,7%	3,7%	10	3909	-2018	2018						
Wuustwezel	5	8	2,9	2,9	10 allebei (HN 7 x HLN)	0	0,0%	0,0%	32	0	1892	1892						
Andere	8	3	1,1	1,1	15 allebei	10700	2,0%	2,0%	24	3567	-1675	1675						
Vosseloor	3	9	3,2	3,2	9 HN	27906	5,3%	5,3%	4	3101	-1209	1209						
Brecht	9	6	2,1	2,1	12 allebei	18132	3,4%	3,4%	11	3022	-1130	1130						
Kasterlee	6	4	1,4	1,4	14 allebei	11923	2,3%	2,3%	20	2981	-1089	1089						
Oben	4	3	1,1	1,1	15 allebei	2592	0,5%	0,5%	31	864	1028	1028						
Baarle-Hertog	3	4	1,4	1,4	14 allebei	11434	2,2%	2,2%	21	2859	-967	967						
Rijkevorsel	4	4	1,4	1,4	14 allebei	11047	2,1%	2,1%	22	2762	-870	870						
Grobbendonk	4	40	14,3	14,3	1 allebei	41572	7,8%	7,8%	1	1039	852	852						
Turnhout	40	6	2,1	2,1	12 allebei	16350	3,1%	3,1%	14	2725	-833	833						
Lille	6	12	4,3	4,3	7 allebei (HN 5 x HLN)	12894	2,4%	2,4%	19	1075	817	817						
Arendonk	12	12	4,3	4,3	7 allebei	14515	2,7%	2,7%	16	1210	682	682						
Ravels	12	3	1,1	1,1	15 allebei	7640	1,4%	1,4%	30	2547	-655	655						
Vorseloor	3	7	2,5	2,5	11 allebei	8747	1,7%	1,7%	28	1250	642	642						
Herenthout	7	4	1,4	1,4	14 allebei	10061	1,9%	1,9%	25	2515	-624	624						
Hulshout	4	8	2,9	2,9	10 allebei	10799	2,0%	2,0%	23	1350	542	542						
Retie	8	15	5,4	5,4	5 allebei (HUN 2 x HN)	20386	3,8%	3,8%	9	1359	533	533						
Hoogstraten	15	20	7,1	7,1	3 allebei	27368	5,2%	5,2%	5	1368	523	523						
Herentals	20	9	3,2	3,2	9 allebei	21570	4,1%	4,1%	7	2397	-505	505						
Balen	9	11	3,9	3,9	8 allebei	15533	2,9%	2,9%	15	1412	479	479						
Laakdal	11	26	9,3	9,3	2 allebei	37848	7,1%	7,1%	2	1456	436	436						
Geel	26	4	1,4	1,4	14 allebei	9231	1,7%	1,7%	27	2308	-416	416						
Dessel	4	16	5,7	5,7	4 allebei	34827	6,6%	6,6%	3	2177	-285	285						
Mol	16	4	1,4	1,4	14 allebei (HUN 3 x HN)	8576	1,6%	1,6%	29	2144	-252	252						
Merksplas	4	8	2,9	2,9	10 allebei	14399	2,7%	2,7%	17	1800	92	92						
Herselt	8	5	1,8	1,8	13 allebei	9913	1,9%	1,9%	26	1983	-91	91						
Meerhout	5	13	4,6	4,6	6 allebei	24379	4,6%	4,6%	6	1875	16	16						
Westerlo	13	280	100,0	100,0		529642	100,0%	100,0%		1892	0	0						

*Cijfers aantal inwoners dateren van 1 januari 2012 (bron: Wikipedia) ** Eén vermelding komt overeen met één artikel over de gemeente

Corrigenda en addenda

Voorwoord, eerste alinea, zin drie: na *en* moet worden toegevoegd *dan kwam*

Persartikel, eerste alinea, zin één: *regionale berichtgeving* moet zijn *regionale politieke berichtgeving*

Persartikel, tweede alinea, zin twee: *HUB (Hogeschool-Universiteit Brussel)* moet zijn *Hogeschool-Universiteit Brussel (HUB)*

Persartikel, vijfde alinea, zin twee: *slecht* moet zijn *slechts*

p. 16, tweede alinea, zin vier: (*p. 10*) moet zijn (*Altheide & Snow, 1979, p. 10*)

p. 18, tweede alinea, zin negen: *media* moet zijn *politieke partijen*

p. 19, eerste alinea, zin vijf: *partijdige* moet zijn *partijdige logica*

p. 21, tweede alinea, zin drie: *dan* moet zijn *als*

p. 26, eerste alinea, zin drie: *feitelijke* moet zijn *feitelijk*

p. 34, eerste alinea, zin twee: *de thema's op de agenda* moet zijn *de thema's op de politieke agenda*

p. 34, tweede alinea, zin vijf: *wou* moet zijn *wilde*

P. 35, tweede alinea, zin negen: *waarover we denken* moet zijn *waarover en hoe we over iets denken*

p. 39, derde alinea, zin één: *en deed* moet zijn *en die deed*

p. 55, tweede alinea, zin één: *zes* moet zijn *vijf*

p. 79, tweede alinea, zin twee: *dan* moet zijn *als*

p. 81, zin drie: *dan* moet zijn *als*

p. 82, tweede alinea, zin drie: *dan* moet zijn *als*

p. 86, tweede alinea, zin één: *kan* moet zijn *kunnen*

p. 87, derde alinea, zin één: *Het Laatste* moet zijn *Het Laatste Nieuws*

p. 91, eerste alinea, zin vijf: *Westerlo* moet toegevoegd worden, dus *Westerlo, Herselt en Meerhout wijken...*

p. 91, eerste alinea, zin zes: *twee* moet zijn *drie*

*De gemeenteraadsverkiezingen in de regionale katernen: een vergelijkend onderzoek tussen
Het Nieuwsblad en Het Laatste Nieuws*

Masterproef aangeboden door: Tinne VAN GOIDSENHOVEN

Promotor: Rozane DE COCK

Juni 2013

p. 109, bijschrijft tabel: *vs.* moet zijn *in*

p. 111, tweede alinea, laatste zin: *dan* moet zijn *als*

p. 113, vierde alinea, laatste zin: *in* moet worden geschrapt