



Faculteit Taal & Letteren

Studiegebied toegepaste taalkunde of taal- en letterkunde

Master in de journalistiek

The usual suspects. Experten in het nieuws.

Masterproef aangeboden

Anke SCHOUKENS

tot het behalen van de graad van

Master in de journalistiek

Promotor: Hedwig DE SMAELE

Academiejaar 2012 – 2013



Faculteit Taal & Letteren

Studiegebied toegepaste taalkunde of taal- en letterkunde

Master in de journalistiek

The usual suspects. Experten in het nieuws.

Masterproef aangeboden

Anke SCHOUKENS

tot het behalen van de graad van

Master in de journalistiek

Promotor: Hedwig DE SMAELE

Academiejaar 2012 – 2013

Voorwoord

Mijn masterproef is het sluitstuk van mijn master in de journalistiek. Sinds de start van het academiejaar had ik bijna dagelijks een ‘afspraak’ met mijn masterproef. Het liep niet altijd van een leien dakje maar met doorzettingsvermogen en de steun van mijn omgeving ben ik er in geslaagd mijn masterproef rond te krijgen.

Via deze weg zou ik graag een aantal personen willen bedanken. In de eerste plaats wil ik mijn promotor Hedwig de Smaele bedanken voor haar begeleiding, tips en feedback. Verder wil ik ook mijn medestudenten bedanken voor de morele steun. Een woordje van dank gaat ook naar mijn vader voor het nalezen van mijn masterproef.

Brussel, 24 mei 2013, Anke Schoukens.

Persartikel

Onderzoek naar experten in Vlaamse nieuwsuitzendingen

1 op 100 experten is van vreemde origine

Slechts één op honderd experten in de Vlaamse televisienieuwsuitzendingen is van vreemde afkomst. Dat blijkt uit de masterproef van Anke Schoukens, studente journalistiek aan de Hogeschool-Universiteit Brussel (HUB).

De studente analyseerde 65 nieuwsuitzendingen van Het Journaal, Terzake en Het Nieuws in 2012. De analyse leverde haar 707 experten op van wie de grote meerderheid slechts één keer aan het woord kwam. ‘Het blijkt dus dat de journalist in de meerderheid van de gevallen uit een grote pool van experten kiest en dat maar een klein aantal experten terugkeert’, concludeert ze.

‘Toch waren er enkele uitschieters’, vertelt Schoukens. ‘Joëlle Milquet, Minister van Binnenlandse Zaken, keerde bijvoorbeeld negen keer terug. Of Paul D’Hoore, expert financiën, die vijf verschijningen achter zijn naam kreeg. Maar Kris Peeters, Vlaams minister-president, was met vijftien keer de absolute koploper.’

Vertegenwoordigers en binnenlandse politici

De deskundigen bleken vooral vertegenwoordigers (25,9 procent) en binnenlandse politici (19,4 procent) te zijn. Zij vertegenwoordigden samen iets minder dan de helft van de experten in het corpus. Ook aan professoren, wetenschappers en dokters werd vaak gevraagd om extra informatie te geven bij een nieuwsfeit. Bijna één op de tien experten behoorden tot deze categorie.

23 seconden aan het woord

Hoewel er in absolute cijfers heel wat experten aan bod kwamen, stelde de student vast dat hun aandeel toch beperkt bleef. ‘De expert kwam gemiddeld 23 seconden aan het

woord. Iets meer dan de helft van de deskundigen kreeg slechts één quote om duiding te geven bij een gebeurtenis', legt ze uit. 'Een minderheid van 58 experten, wat neerkomt op een aandeel van 8,2 procent, kreeg een volledig item om extra informatie te geven.'

Terzake heeft meeste aantal experten

Uit haar onderzoek bleek eveneens dat Terzake meer experten aan het woord laat dan Het Journaal en Het Nieuws. 'In ongeveer acht op de tien nieuwsitems van Terzake werden experts opgevoerd. Bij Het Journaal en Het Nieuws is dit zes op de tien,' concludeert de studente. 'Bovendien kreeg de expert op Canvas het meeste spreektijd. Hij sprak gemiddeld 76 seconden terwijl hij 20 seconden kreeg op Eén en VTM.'

Vrouwelijke en allochtone experten

Schoukens besteedde in haar onderzoek ook aandacht aan de diversiteit van de deskundigen. Daaruit bleek dat zowel vrouwen als allochtonen nauwelijks als expert werden opgevoerd. 'Ik telde slechts drie experten van vreemde origine in mijn corpus, wat neerkomt op 0,6 procent', legt de studente uit. 'Opvallend is dat op Eén geen allochtone experten aan bod kwamen, en dit ondanks het feit dat de openbare omroep een duidelijke opdracht kreeg van de Vlaamse Gemeenschap om de diversiteit van de samenleving aan bod te laten komen in de uitzendingen,' gaat ze verder. 'En ook vrouwen zijn met 22,3 procent sterk ondervertegenwoordigd ten opzichte van hun mannelijke tegenhangers.'

'Nochtans bestaan er databanken die de ondervertegenwoordigde groepen promoten', vertelt de studente. 'Gevestigde Waarden bijvoorbeeld is een databank met enkel allochtone experts en de VEGA-databank neemt het op voor vrouwelijke deskundigen. Jammer, dat journalisten ze niet meer gebruiken, want diversiteit en kwaliteit gaan hand in hand.'

Inhoudsopgave

Voorwoord	5
Persartikel	6
Inhoudsopgave	8
Lijst met figuren.....	11
Inleiding	14
1.Literatuurstudie	15
1.1.Bronnengebruik van journalisten in een ruime context	15
1.1.1. Information subsidies.....	16
1.1.2.The usual suspects.....	18
1.1.3. Criteria selectie nieuwsbronnen	20
1.1.4.Soundbite cultuur	22
1.2.Bronnengebruik Vlaamse beroepsjournalisten	25
1.2.1.Informatieactoren	25
1.2.2.Informatiekanalen	26
1.3.Actoren in Vlaamse nieuwsuitzendingen.....	28
1.3.1.Vergelijking VRT en VTM.....	28
1.3.1.1.Aantal interventies actoren	29
1.3.1.2.Spreektijd actoren	29
1.3.1.3.Elitebronnen	30
1.3.2.Vergelijking VRT en Terzake.....	31
1.3.2.1.Aantal interventies actoren	32
1.3.2.2.Spreektijd actoren	33
1.3.3.Mannelijke versus vrouwelijke experts	34
1.3.4.Autochtone versus allochtone experts	36

1.3.5. Actoren aan het woord volgens thema.....	36
1.4. Besluit literatuurstudie	38
2. Methodologie	41
2.1. Onderzoeksvraag en doelstelling	41
2.2. Werkwijze	43
2.3. Definitie expert	46
3. Resultaten.....	49
3.1. Centrale Onderzoeksvraag	49
3.1.1. Aantal experten	49
3.1.2. Datum en dag van de week	50
3.1.3. Itemnummer	52
3.1.4. Gemiddelde lengte item en gemiddelde lengte quote in seconden	53
3.1.5. Format	53
3.1.6. Functie van de expert	55
3.1.7. Vermelding	57
3.1.8. Prominentie	58
3.2. Vergelijking tussen Het Journaal, Terzake en Het Nieuws	60
3.2.1. Functie van de expert	61
3.2.2. Prominentie van de expert	62
3.3. Experten binnen één zender	64
3.4. Mannelijke versus vrouwelijke experten	66
3.5. Autochtone versus allochtone experten	69
3.6. Thema's.....	71
3.7. Aantal experten per nieuwsitem.....	74
3.8. Besluit resultaten.....	77
4. Conclusie.....	79
Referentielijst.....	84

Bijlage 1: Steekproef.....	87
Bijlage 2: Codeboek.....	88
Bijlage 3: Databestand en ouput in SPSS	93
Bijlage 4: Corpus	96

Lijst met figuren

<i>Figuur 1.</i> Overzicht van (zeer) belangrijke informatieactoren voor journalisten (De Keyser, 2011, p.85).....	26
<i>Figuur 2.</i> Dagelijks geraadpleegde informatiekkanalen door journalisten (De Keyser, 2011, p.91).....	27
<i>Figuur 3.</i> Tijdspercentage van actoren aan het woord in de 19-uur journaals op Eén en VTM tussen 2003 en 2010 (De Smedt, Hooghe & Walgrave, april 2011, p.4).....	29
<i>Figuur 4.</i> Tijdspercentage van actoren aan het woord in de 19-uur journaals op Eén en VTM tussen 2003 en 2010 (De Smedt, Hooghe & Walgrave, april 2011, p.4).....	30
<i>Figuur 5.</i> Tijdspercentage van elitebronnen aan het woord in de 19-uur journaals op Eén en VTM tussen 2003 en 2010 (De Smedt, Hooghe & Walgrave, april 2011, p.6).....	31
<i>Figuur 6.</i> Tijdspercentage van actoren aan het woord in Terzake en Het Journaal in 2011 (Vos, De Smedt, Hooghe & Walgrave, oktober 2012, p.5).....	32
<i>Figuur 7.</i> Gemiddelde spreektijd in seconden per actor in Terzake en Het Journaal in 2011 (Vos, De Smedt, Hooghe & Walgrave, oktober 2012, p.6).....	33
<i>Figuur 8.</i> Tijdspercentage van actoren volgens geslacht aan het woord in de 19-uur journaals op Eén en VTM tussen 2003 en 2010 (De Smedt, Hooghe & Walgrave, april 2011, p.5).....	35
<i>Figuur 9.</i> Percentage van actoren in de belangrijkste thema's aan het woord in de 19-uur journaals op Eén en VTM tussen 2003 en 2010 (De Smedt, Hooghe & Walgrave, april 2011, p.8).....	37
<i>Figuur 10.</i> Aantal experten per datum in de 19-uur journaals op Eén, Canvas en VTM in 2012.....	51

<i>Figuur 11.</i> Gemiddeld aantal experten per weekdag in de 19-uur journaals op Eén, Canvas en VTM in 2012.....	51
<i>Figuur 12.</i> Aantal experten per itemnummer in de 19-uur journaals op Eén, Canvas en VTM in 2012.....	52
<i>Figuur 13.</i> Percentage van de formats in de 19-uur journaals op Eén, Canvas en VTM in 2012.....	54
<i>Figuur 14.</i> Percentage soort expert in de 19-uur journaals op Eén, Canvas en VTM in 2012.....	56
<i>Figuur 15.</i> Percentage vermelding experten in de 19-uur journaals op Eén, Canvas en VTM in 2012.....	58
<i>Figuur 16.</i> Percentage prominentie expert in de 19-uur journaals op Eén, Canvas en VTM in 2012.	59
<i>Figuur 17.</i> Percentage experten in de 19-uur journaals op Eén, Canvas en VTM in 2012.	60
<i>Figuur 18.</i> Percentage soort expert in de 19-uur journaals op Eén, Canvas en VTM in 2012.....	62
<i>Figuur 19.</i> Percentage prominentie expert in de 19-uur journaals op Eén, Canvas en VTM in 2012.	63
<i>Figuur 20.</i> Percentage mannelijke en vrouwelijk experten in de 19-uur journaals op Eén, Canvas en VTM in 2012.....	66
<i>Figuur 21.</i> Percentage functie mannelijk en vrouwelijk experten in de 19-uur journaals op Eén, Canvas en VTM in 2012.....	67
<i>Figuur 22.</i> Percentage prominentie mannelijk en vrouwelijke experten in de 19-uur journaals op Eén, Canvas en VTM in 2012.	68

<i>Figuur 23.</i> Percentage expert naar origine in de 19-uur journaals op Eén, Canvas en VTM in 2012.	69
<i>Figuur 24.</i> Percentage belangrijkste thema's in de 19-uur journaals op Eén, Canvas en VTM in 2012.....	72
<i>Figuur 25.</i> Percentage mannelijk en vrouwelijke experten in de belangrijkste thema's aan het woord in de 19-uur journaals op Eén, Canvas en VTM in 2012	73
<i>Figuur 26.</i> Percentage confrontatie experten in de 19-uur journaals op Eén, Canvas en VTM in 2012.....	74
<i>Figuur 27.</i> Percentage confrontatie naar functie in de 19-uur journaals op Eén, Canvas en VTM in 2012.....	75

Inleiding

Deze masterproef situeert zich binnen het onderzoek naar het bronnengebruik van journalisten. In Vlaanderen is er al heel wat onderzoek gevoerd naar het bronnengebruik van journalisten. Ook de aanwezigheid van verschillende actoren in het nationale televisienieuws is al uitgebreid onderzocht door het Elektronisch Nieuwsarchief (ENA). Uit één van de onderzoeken van het ENA bleek dat in maar liefst drie vierde van de Vlaamse nieuwsitems elitebronnen aan het woord worden gelaten. Van de elitebronnen komen binnenlandse politici het meest aan bod, op de voet gevolgd door bedrijfsleiders, buitenlandse politici en experts.

Zowel uit buitenlands als binnenlands onderzoek blijkt dat experts een populaire nieuwsbron zijn voor journalisten. Zij stralen autoriteit uit, worden als geloofwaardig beschouwd en kunnen op een duidelijke, aantrekkelijke manier uitleg verschaffen. Toch bestaat het gevaar dat journalisten steeds teruggrijpen naar een beperkte groep van experts: the usual suspects. De indruk bestaat immers dat steeds dezelfde experts opgevoerd worden in de media en dat bepaalde thema's steeds met eenzelfde stem verbonden worden. Doen sommige experts het goed in alle media, of heeft elk medium zijn eigen pool van experts? Komen er meer mannelijke dan vrouwelijke experts aan het woord? In onze masterproef gaan we na of er bepaalde patronen te ontdekken zijn in de nieuwsberichtgeving van Eén, VTM en Canvas met betrekking tot experts.

Deze masterproef bestaat uit vier hoofdstukken: het theoretische luik, het empirische luik, de resultaten en de conclusie. Het theoretische luik of het literatuuronderzoek is opgedeeld in drie paragrafen. De eerste paragraaf situeert het bronnengebruik van journalisten in een ruime context. De tweede paragraaf schetst het bronnengebruik van journalisten in Vlaanderen. In de derde en laatste paragraaf gaan we dieper in op de aanwezigheid van actoren in de Vlaamse nieuwsuitzendingen. In het tweede hoofdstuk, de methodologie, wordt onder meer de centrale onderzoeksvraag, de hypotheses en de werkwijze besproken. In het derde hoofdstuk komen de resultaten uitgebreid aan bod. De resultaten stellen ons in staat een antwoord te formuleren op de onderzoeksvragen en hypotheses. Hoofdstuk vier bevat de conclusie en bundelt de belangrijkste bevindingen van ons onderzoek.

1.Literatuurstudie

In het kader van het empirisch onderzoek voeren we vooraf een grondige literatuurstudie uit. Het theoretische luik of het literatuuronderzoek is opgedeeld in drie paragrafen. De eerste paragraaf situeert het bronnengebruik van journalisten in een ruime context. De tweede paragraaf schetst het bronnengebruik van journalisten in Vlaanderen. In de derde en laatste paragraaf gaan we dieper in op de aanwezigheid van actoren in de Vlaamse nieuwsuitzendingen.

1.1.Bronnengebruik van journalisten in een ruime context

Elk journalistiek handboek onderstreept het belang van betrouwbare bronnen. Richard Keeble, hoofd van Lincoln School of Journalism, stelt dat het verhaal net zoveel waard is als de bron:

“At the heart of journalism lies the source.” (Keeble, 2006, p. 51)

Ook De Smedt, Hooghe en Walgrave (april 2011) duiden op het belang van nieuwsbronnen, en meer bepaald op het belang van actoren in nieuwsuitzendingen. Volgens hen heeft informatie die door een geïnterviewde wordt gebracht een grotere invloed op het kijkerspubliek dan informatie die door een nieuwsanker wordt gebracht. De boodschap wordt beter onthouden en heeft een grotere impact op wat de kijker over het besproken onderwerp denkt. Verder blijkt dat het effect van een nieuwsboodschap verschilt naargelang de geïnterviewde. Zo heeft de kijker de neiging om de mening van de ‘man in de straat’ te beschouwen als de algemene publieke opinie. De politicus heeft daarentegen veel minder impact op de kijker. Kijkers hebben de indruk dat de politicus wil overtuigen en zijn standpunt wil ‘verkopen’ en dat tast zijn geloofwaardigheid aan. Experts worden als het meest deskundig, geloofwaardig en betrouwbaar gezien. Wie de journalist uiteindelijk in zijn nieuwsitem aan het woord laat, heeft dus een impact op hoe de televisiekijker zelf over een thema denkt. Daarom is het belangrijk dat journalisten bewust omspringen met de selectie van actoren.

Volgens Gans (1979, p.78-81) zijn nieuwsbronnen de belangrijkste vormgevers van het nieuws: “news is shaped, above all, by the sources on which journalists rely”. Ook Cross (2010) en Sigal (geciteerd in Van Ginneken, 2002, p.15) stellen dat de macht bij de nieuwsbronnen ligt. Volgens hen maken de nieuwsbronnen het nieuws. Zij zijn de ‘primary definers’. De nieuwsmedia de ‘secondary definers’.

“The relationship between sources and journalists resembles a dance, for sources seek access to journalists, and journalists seek access to sources. Although it takes two to tango, either sources or journalists can lead, but more often than not, sources do the leading.”(Gans, 1979, p. 116)

Andere onderzoekers (o.a. Kussendrager, van der Lut & Rogman, 1992; Davis, 2009; O’Neill & O’Connor, 2008) bekleden een middenpositie in het debat over de macht van nieuwsbronnen. Zij wijzen op de wederzijdse afhankelijkheidsrelatie. Enerzijds hebben journalisten nieuwsbronnen nodig want bronnen zijn immers belangrijke nieuwsleveranciers voor journalisten. Anderzijds hebben nieuwsbronnen er ook belang bij dat hun verhaal wordt gepubliceerd. Een bedrijf kan bijvoorbeeld een advertentie plaatsen maar het is meer gebaat bij redactionele aandacht omdat die betrouwbaarder overkomt. Een win-win situatie voor zowel de nieuwsmedia als de nieuwsbron

Onderzoekers zijn het eens over het belang van betrouwbare nieuwsbronnen. Maar tegelijkertijd hebben ze ook kritiek op het blinde vertrouwen van journalisten in nieuwsbronnen. In de volgende subparagraaf bespreken we die kritiek.

1.1.1. Information subsidies

Verschillende onderzoekers (o.a. Davis, 2000; Davies, 2008; Dimitrova en Strömbäck, 2009; Gandy,1982; Gans, 1979; O’neill & O’Connor, 2008; Van Leuven & Raeymackers, 2012) wijzen op het toenemende belang van sommige nieuwsbronnen. Omdat tijd, geld en personeel schaars zijn, zullen journalisten terugvallen op een kleine groep, volgens hen betrouwbare bronnen. Deze bronnen moeten in mindere mate gecontroleerd worden en worden geselecteerd omdat ze snel beschikbaar zijn. Deze pool van bronnen bestaat volgens Gans (1979) uit andere media, overheden, nieuwsagentschappen en experts.

Gandy (1982, geciteerd in Lewis, Williams & Franklin, 2008a, p.2) doopte dit fenomeen information subsidies. Een kleine groep nieuwsbronnen subsidieert de nieuwsmedia als het ware met informatie, wat voor de nieuwsmedia tijd –en kostenbesparend werkt. Journalisten krijgen de informatie in de schoot geworpen en moeten op die manier zelf geen enkele inspanning leveren (Davis, 2009).

Lewis, Williams en Franklin (2008b) stellen dat het terugvallen op die kleine groep nieuwsbronnen de onafhankelijke en kritische journalistiek aantast.

“...many of the elements of rigorous, independent journalism are inevitably depleted when reporters are obliged to produce more stories in less time” (Lewis, Williams & Franklin, 2008b, p.42).

Ook Davies (2008) heeft kritiek op het grote vertrouwen in een kleine groep nieuwsbronnen. Hij kaart dit probleem aan in zijn boek *Flat Earth News*. Volgens Davies is winstmaximalisatie de drijfveer van hedendaagse nieuwsredacties. Te kleine redacties moeten zo veel mogelijk inhoud verzamelen voor zo een breed mogelijk publiek op een zo kort mogelijke tijd. Die strakke deadlines tasten de betrouwbaarheid van de journalistieke producten aan. Volgens de auteur spelen nieuwsagentschappen handig in op het tijdsgebrek van journalisten. Dit doen ze door hapklare informatie aan te bieden die door journalisten maar al te vaak kritiekloos wordt overgenomen. De titel *Flat Earth News* vat het verhaal bondig samen. Als een persagentschap het bericht zou verspreiden dat de aarde toch plat is, is de kans groot dat het bericht wordt opgenomen door de nieuwsmedia. Volgens Davies is journalistiek geëvolueerd van ‘the business of truth’ tot ‘the mass production of ignorance’ en is de journalistieke rol van watchdog verdwenen.

Een goed voorbeeld van het grote vertrouwen van journalisten in nieuwsagentschappen is het programma Basta. In één van de afleveringen hadden de programmamakers een fictief onderzoeksbureau opgericht die regelmatig nepberichten verzond naar de redacties van verschillende Vlaamse media. Die berichten werden klakkeloos overgenomen door veel kranten en websites, ook al was de inhoud vaak dubieus.

Onder de prangende deadlines vallen journalisten terug op een klein aantal nieuwsbronnen. Zo ontstaat bijvoorbeeld de indruk dat steeds dezelfde experts – denk bijvoorbeeld aan het terugkerende optreden van advocaat Jef Vermassen bij assisenzaken en econoom Geert Noels bij vragen over de economische crisis - opgevoerd worden in de media en dat bepaalde thema's steeds met eenzelfde stem verbonden worden. In de volgende subparagraaf gaan we dieper in op het fenomeen van the usual suspects.

1.1.2. The usual suspects

Verschillende onderzoekers stellen dat journalisten steeds teruggrijpen naar een beperkte groep van experts of *pundits*. Alterman (1999) doopte dit fenomeen *punditocracy*. Tegelijkertijd waarschuwt Alterman dat de zogenaamde *punditocracy* de democratische berichtgeving aantast. Volgens hem leidt de oververtegenwoordiging van een aantal experts tot een eenzijdige benadering van het nieuws.

“The punditocracy is a tiny group of highly visible political pontificators who make their living offering inside political opinions and forecasts in the elite national media” (Alterman, 1999, p. 4).

Ook het American Journalism Review hekelt de *quote machines* of het overwicht van enkele experts in de media. Volgens het tijdschrift zijn er organisaties zoals Associated Press en de La Times die met zogenaamde zwarte lijsten, een opsomming van de zogenaamde *quote machines*, werken. Op die manier proberen ze te voorkomen dat hun journalisten steeds naar dezelfde experts teruggrijpen. Tegelijkertijd schrijft het American Journalism Review ook dat sommige nieuwsmedia geen problemen hebben met *quote machines*. Die nieuwsmedia verdedigen zich met het argument dat de terugkerende bronnen gewoon de experts zijn met het hoogste autoriteitsgehalte (Cohen, 2005).

Volgens het Amerikaanse tijdschrift zijn er vier redenen die de aanwezigheid van *quote machines* kunnen verklaren. De voornaamste reden is dat een expert op een korte, duidelijke manier een gebeurtenis kan uitleggen aan het publiek. Ten tweede kiezen journalisten voor deskundigen als officiële bronnen geen ‘on the record’ commentaar willen geven. Door het interviewen van een autoritaire bron proberen ze hun verhaal toch

geloofwaardig te maken. Ten derde hangt de toename van analytische artikelen samen met het *quoten*. Bij dergelijke artikelen wordt steeds de opinie van een deskundige gevraagd. Ten slotte vormt de quote van een deskundige een originele invalshoek voor een nieuwsartikel.

In Vlaanderen werd er nog geen expliciet onderzoek gevoerd naar de aanwezigheid van experts in Vlaamse nieuwsuitzendingen. Verschillende Vlaamse onderzoeksgroepen (o.m. Center for Journalism Studies, Elektronisch Nieuwsarchief) besteedden in hun onderzoek wel aandacht aan het gebruik van experts als bron. Hieruit blijkt dat journalisten bijna ‘gedwongen’ worden om deskundigen aan het woord te laten omdat onze samenleving steeds complexer wordt. Deskundigen kunnen complexe feiten immers op een begrijpbare manier uitleggen voor het grote publiek. Bovendien vormen nieuwsuitzendingen het ideale platform voor experts om zich te profileren. Een win-winsituatie voor zowel de media als de experts. Maar sommige onderzoekers stellen dat de expert in het huidige medialandschap ‘misbruikt’ wordt.

“Omwille van de strijd om de kijker wordt de expert ingeschakeld om de betrouwbaarheid van de eigen berichtgeving te verhogen. De nieuwslezer representeert de vragen van het volk, en zodoende is het aan het woord laten van experts een nieuwe manier om aan niet elitaire interpretatieve journalistiek te doen” (Uce, Schueremans & De Swert, 2006, p. 14).

De aanwezigheid van experts in de Vlaamse nieuwsuitzendingen werd nog niet uitgebreid onderzocht. Het optreden van experts in Vlaamse kranten daarentegen wel. In 2011 onderzocht Lien Buyck, masterstudente Journalistiek aan de Hogeschool-Universiteit Brussel, de aanwezigheid van experts in Vlaamse kranten. In de vier grootste Vlaamse kranten (De Morgen, De Standaard, Het Laatste Nieuws en Het Nieuwsblad) ging zij op zoek naar de mate waarin en de manier waarop experts gepresenteerd worden. Buyck vond 537 voorbeelden van experts terug in haar 48-delige krantencorpus. Er bleken 405 verschillende experts te zijn. Hoewel er een groot aantal deskundigen aan bod kwam, bleef hun bijdrage toch vrij beperkt. De meeste experts werden slechts één (31,3 procent) of enkele keren (53,3 procent) geciteerd door de journalist. Bovendien kon Buyck geen enkele expert expliciet linken aan een bepaald medium. Ze stelde ook dat in de kwaliteitskranten meer experts (317) aan bod kwamen in vergelijking met de

populaire kranten (220). Buyck besteedde in haar onderzoek ook aandacht aan de diversiteit van de experten. Ze stelde vast dat allochtonen en vrouwen niet zo vaak opgevoerd worden als expert in het nieuws. Slechts 16 procent van de deskundigen was vrouwelijk en ook allochtone experten bleken met 2,4 procent sterk ondervertegenwoordigd te zijn. Tot slot stelde Buyck ook vast dat het thema economie en financiën het hoogste percentage (28,9 procent) experten behaalde. Buyck peilde ook naar het aantal experten per artikel. Op deze onderzoeksvraag kon zij geen eenduidig antwoord formuleren. Er was immers een min of meer gelijke verdeling van artikels waarin één expert werd opgevoerd en artikels waarin meerdere experten werden opgevoerd.

Het is duidelijk dat experten, en nieuwsbronnen in het algemeen, een cruciale rol spelen in het nieuwsverhaal. Maar wanneer beschouwen journalisten een nieuwsbron als geschikt? In de volgende subparagraaf bespreken we de factoren waarmee journalisten rekening houden bij de selectie van hun nieuwsbronnen.

1.1.3. Criteria selectie nieuwsbronnen

Volgens Gans (1979) kunnen nieuwsbronnen vier factoren hanteren om zichzelf te promoten: motivatie, macht, de mogelijkheid om geschikte informatie aan te leveren en geografische en sociale nabijheid. De eerste factor *motivatie* hangt samen met de vorige paragraaf 'information subsidies'. Volgens Gans worden nieuwsbronnen, die zelf informatie leveren aan journalisten, sneller opgenomen. Nieuwsagentschappen bieden een constante stroom van artikels aan. De kans is groot dat één van hun artikels wordt overgenomen. De *macht* van de nieuwsbron is eveneens een cruciale factor. Politici worden als autoritaire bron beschouwd en hebben sneller en gemakkelijker toegang tot de nieuwsmedia dan bijvoorbeeld voxpops. Volgens Gans is de derde factor, de *mogelijkheid om geschikte informatie aan te leveren*, de meest belangrijke. Het spreekt voor zich dat nieuwsbronnen die geschikte informatie aanleveren, sneller zullen opgenomen worden. Een vierde en laatste factor is de *geografische en sociale nabijheid*. Nieuwsbronnen die gemakkelijk bereikbaar zijn, zullen sneller worden opgenomen dan bronnen die moeilijk toegankelijk zijn.

Nadat de nieuwsbronnen zichzelf ‘gepromoot’ hebben, is het vervolgens aan de journalisten om een inschatting te maken van de geschiktheid van de bronnen. Het is de journalist die uiteindelijk beslist welke bronnen hij gebruikt en welke hij onbenut laat. Gans (1979) onderscheidt zes factoren waarmee journalisten rekening kunnen houden bij de selectie van de nieuwsbronnen: eerdere geschiktheid, productiviteit, betrouwbaarheid, geloofwaardigheid, autoriteit en expressievermogen van de nieuwsbron.

Ten eerste speelt *eerdere geschiktheid* van een bron een grote rol. Nieuwsbronnen die in het verleden interessante verhalen opleverden, maken een grotere kans om opnieuw geselecteerd te worden. Ten tweede is de *productiviteit* van een bron een doorslaggevende factor. Journalisten werken onder prangende deadlines en geven de voorkeur aan nieuwsbronnen die nieuwswaardige informatie kunnen leveren in een korte tijd. Dit verklaart volgens Gans het feit dat woordvoerders vaak als nieuwsbron worden opgevoerd. Zij zijn getraind om in enkele quotes hun informatie bondig en krachtig samen te vatten. Gans stelt ook dat onderwerpen waarbij journalisten een klein aantal bronnen moeten raadplegen, sneller zullen worden opgenomen. Ten derde speelt de *betrouwbaarheid* van de nieuwsbron een belangrijke rol. Betrouwbare bronnen besparen journalisten veel tijd omdat ze er van uitgaan dat de bron niet meer hoeft gecheckt worden. Een vierde cruciale factor is de *geloofwaardigheid* van de nieuwsbron. Als journalisten niet onmiddellijk kunnen nagaan of ze een bron kunnen vertrouwen, gaan ze op zoek naar bronnen die niet “self-serving” zijn, zoals deskundigen. Ook de nieuwsbronnen die in het verleden hun geschiktheid bewezen hebben, zullen sneller geselecteerd worden. Ook de *autoriteit* van een nieuwsbron speelt een cruciale rol. Journalisten geven de voorkeur aan nieuwsbronnen die autoriteit uitstralen en een zekere verantwoordelijkheid hebben. Zij worden als meer geloofwaardig beschouwd omdat ze niet publiekelijk kunnen liegen. Verder fungeren autoritaire nieuwsbronnen ook als een soort verdedigingsmechanisme voor journalisten (Dimitrova & Strömbäck, 2009). Als de informatie van officiële bronnen fout blijkt te zijn, kunnen journalisten zich steeds beroepen op het feit dat het officiële informatie was, die normaal gezien correct en betrouwbaar moet zijn. Zo hoeven zij zich niet te verantwoorden voor het geven van onjuiste informatie en kunnen ze daarenboven de bron in kwestie ter verantwoording roepen. Ook andere onderzoekers (o.m. Kussendrager, van der Lugt & Rogman, 2007) halen de criteria betrouwbaarheid en autoriteit van nieuwsbronnen aan als belangrijke criteria bij de selectie van nieuwsbronnen. Een laatste en zesde factor is het

expressievermogen van de nieuwsbron. Nieuwsbronnen die hun standpunt bondig en krachtig kunnen formuleren, zullen sneller geselecteerd worden.

Journalisten zijn dagelijks op zoek naar informatie om de nieuwsuitzending te maken. Om de nieuwsitems aantrekkelijker te maken, interviewen ze één of meerdere personen met expertise, met een getuigenis of met een mening. Uit onderzoek blijkt dat de spreektijd van die personen steeds korter wordt. In de volgende subparagraaf gaan we dieper in op de soundbite cultuur.

1.1.4.Soundbite cultuur

Zowel Vlaamse als Amerikaanse onderzoekers (o.a. Cross, 2010; Van Aelst & De Swert, 2005) concluderen dat de spreektijd van de actoren in nieuwsuitzendingen krimpt. De onderzoekers stellen dat de soundbite, een korte en gebalde uitspraak, een internationale standaard in het journalistieke werkveld wordt.

Het meest geciteerde onderzoek is dat van Hallin (1992) die de spreektijd van politici over een periode van twintig jaar onderzocht. In 1968 bedroeg de gemiddelde soundbite 43 seconden, in 1976 was dit aantal seconden gehalveerd en in 1988 bedroeg de gemiddelde soundbite nog slechts negen seconden. De krimpende spreektijd van politici in journaals betekent echter niet dat er nauwelijks nog over politiek wordt gesproken. Het lijkt er eerder op dat de journalisten zelf meer aan het woord komen en de politiek meer gaan duiden, interpreteren en becommentariëren.

Ook in Vlaanderen gingen onderzoekers na hoe lang politici mochten of konden spreken in de journaals van VTM en VRT in 2003 (Van Aelst & De Swert, 2005). Daarnaast vergeleken ze de spreektijd van de politici met andere actoren in het journaal. De totale spreektijd van een actor in het nieuws bedroeg in 2003 gemiddeld 19 seconden. Dit resultaat maakt meteen duidelijk dat de korte spreektijd in het nieuws voor iedereen geldt. Al zijn er wel duidelijke verschillen tussen de verschillende actoren. Het meest beknopt is de spreektijd van gewone burgers. Hun spreektijd beperkt zich meestel tot één tussenkomst van niet meer dan tien seconden. De ooggetuige en het slachtoffer krijgen iets meer tijd maar blijven onder het gemiddelde. De politici zitten met 23 seconden

duidelijk boven dat gemiddelde. Academics en experts mogen met 30 seconden het langst aan het woord komen. Ook de spreektijd van journalisten, die als expert worden opgevoerd, bedraagt ongeveer 30 seconden.

Net als de Amerikaanse onderzoekers concludeerden de Vlaamse onderzoekers dat het vooral de journalisten zelf zijn die het meest aan het woord komen. Journalisten zijn maar liefst 60 procent van de tijd aan het woord. Door steeds meer elkaar te interviewen blijven journalisten langer aan het woord. Dat kan door vragen te stellen aan de reporter ter plaatse, maar ook door de journalist uit te nodigen in de studio. Dit gebeurt vooral bij het duidingsmagazine *Terzake* (Van Aelst & De Swert, 2005).

We gaven al eerder aan dat de steeds kortere spreektijd van de actoren niets heeft te maken met een gewijzigde inhoud van de nieuwsuitzendingen. Volgens Van Aelst en De Swert (2005) moet de oorzaak van de krimpende spreektijd vooral gezocht worden bij de vorm van televisienieuwsuitzendingen. Het laatste decennium hebben nieuwsuitzendingen qua vorm een hele evolutie ondergaan. Ze zijn sneller geworden en bevatten meer beelden. Deze evolutie heeft gedeeltelijk te maken met de toegenomen technische mogelijkheden van het medium. Het combineren van beelden, live verslag en grafische voorstellingen was vroeger simpelweg niet mogelijk. Naast de technische mogelijkheden spelen er echter ook commerciële motieven. De media gaan ervan uit dat de aandacht van de kijker maar van korte duur is en dat de kijker afhaakt bij een wat langer item of een te langzame montage. Binnen deze publieksgerichte omgeving is er nog maar weinig plaats voor een uitgebreide tussenkomst van een politicus of een andere actor.

De snelheid van het medium televisie verklaart echter niet waarom journalisten langer aan het woord zijn. Verschillende auteurs wijzen hier op de gewijzigde rol die de journalisten voor zich zelf zien weggelegd (Hallin, 1992; Cross, 2010; Van Aelst & De Swert, 2005). Traditioneel was de rol van de journalist eerder passief. Hij bracht verslag uit van het nieuwsfeit en de standpunten. Zijn taak bestond bijna louter uit het reproduceren van woorden van actoren. Vandaag neemt de journalist een meer centrale en actieve positie in. Hij combineert de standpunten met andere beelden en reacties en vaak geeft hij ook een eigen interpretatie. In deze context spreekt Patterson (1996, geciteerd in Van Aelst &

De Swert, 2005, p.35) van de overgang van een beschrijvende naar een interpreterende journalistiek.

“Daarbij worden feiten en duiding steeds meer vermengd tot een verhaal waarvan de journalist de regisseur is. Het verhaal gaat niet enkel over wat de politicus zegt, maar ook waarom iets wordt gezegd. De achterliggende motieven en strategie worden door de interpreterende journalistiek blootgelegd. De journalist of nieuwsmaker neemt op die manier onmiskenbaar een meer actieve en meer centrale positie in” (Patterson, 1996, geciteerd in Van Aelst & De Swert, 2005, p. 35).

De soundbite cultuur draagt een aantal gevaren met zich mee. Aan de steeds kortere sound bites wordt vooral een kwaliteitsverlies van het nieuws afgelezen. Een standpunt onderbouwen in twintig seconden is niet eenvoudig en leidt meestal tot een minder genuanceerde boodschap (Van Aelst & De Swert, 2005).

In de volgende paragraaf bespreken we het onderzoek van het Center for Journalism Studies, waarbij gepeild werd naar het bronnengebruik van de Vlaamse beroepsjournalisten.

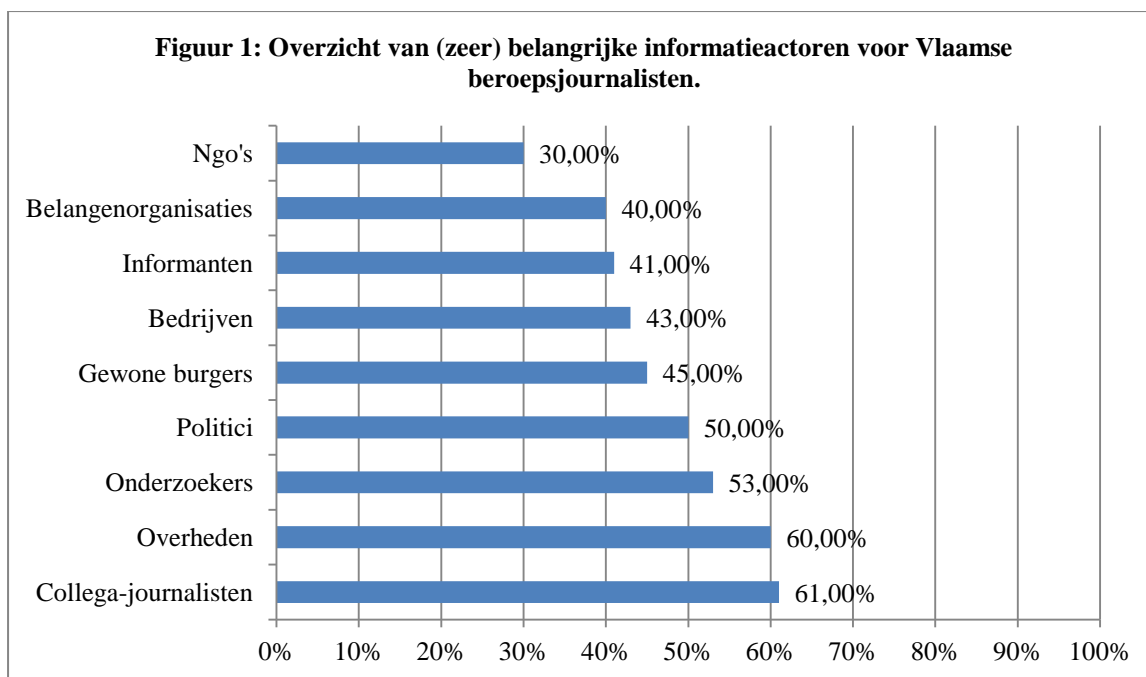
1.2.Bronnengebruik Vlaamse beroepsjournalisten

In 2008 voerde het Center for Journalism Studies in samenwerking met de Vlaamse Vereniging van Journalisten een enquête naar het profiel van de Vlaamse beroepsjournalist. De onderzoekers peilden onder meer naar algemene sociaaldemografische kenmerken, de journalistieke taken en werkorganisatie, de jobtevredenheid, het journalistieke bronnengebruik en de professionele en ethische opvattingen van de beroepsjournalist. De vragenlijst werd verzonden naar 2.230 beroepsjournalisten waarvan er 682 (30 procent) de enquête invulden. Bijna een kwart van de respondenten (24 procent) was televisiejournalist (Paulussen & Raeymackers, 2011).

De onderzoekers maakten een onderscheid tussen twee soorten bronnen. Enerzijds zijn er de informatieactoren. Dat zijn de personen of instituties die informatie bezitten en leveren. Anderzijds zijn er de informatiekanalen. Dat zijn de wegen die de actoren bewandelen om hun boodschap te verspreiden, en die tegelijk door journalisten gebruikt worden om informatie te verzamelen (De Keyser, 2011).

1.2.1.Informatieactoren

Figuur 1 geeft een overzicht van de meest belangrijke informatieactoren voor Vlaamse beroepsjournalisten. Collega-journalisten blijken de meest belangrijke bron te zijn. Ruim 60 procent van de ondervraagde journalisten gaf aan dagelijks collega-journalisten te raadplegen. Verder bleken ook officiële geïnstitutionaliseerde bronnen zoals de overheid (60 procent) en onderzoekswereld (53 procent) een belangrijke bron van informatie. Volgens de Keyser hebben deze drie bronnen een gemeenschappelijk kenmerk: autoriteit en neutraliteit. Ook minder neutrale informatieleveranciers scoren nog altijd hoog: politici (50 procent) en zakenlui (43 procent). En ook de man in de straat wordt als relatief belangrijk beschouwd. Maar liefst 45 procent van de respondenten gaf aan regelmatig op voxpops te steunen voor informatie.



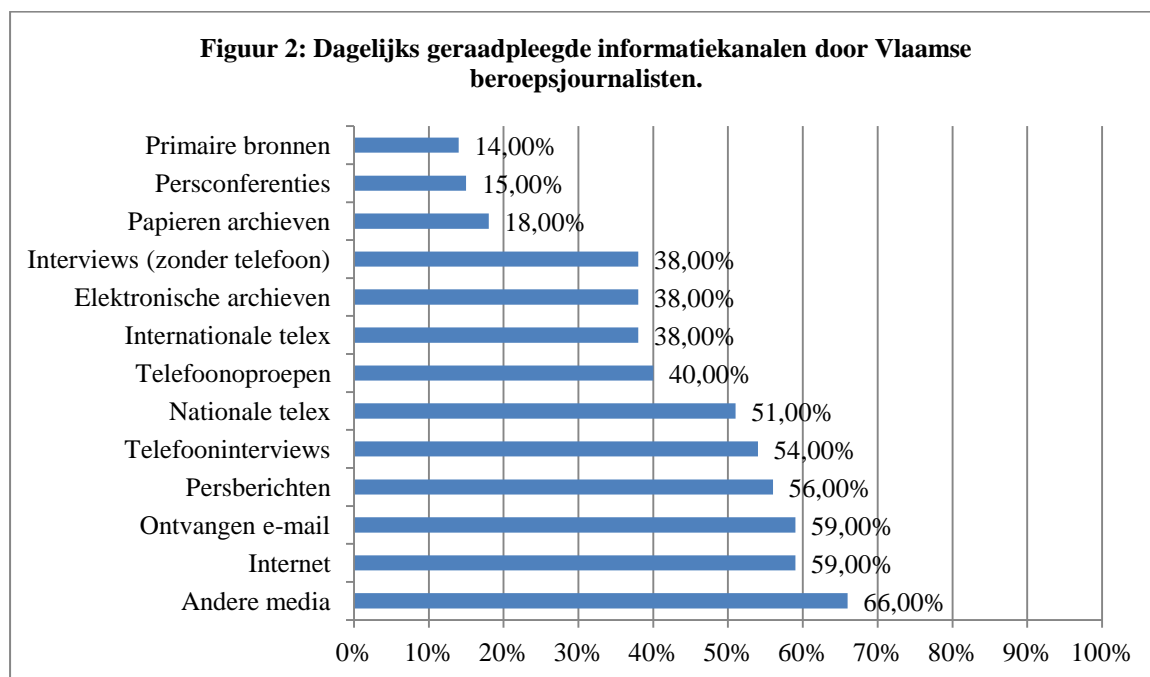
Figuur 1. Overzicht van (zeer) belangrijke informatieactoren voor journalisten (De Keyser, 2011, p.85).

Binnen de journalistiek is het heel normaal dat journalisten laten zich inspireren door andere nieuwsmedia en hun informatie over nemen (Deuze, 2007, geciteerd in De Keyser, 2011, p.82) . Journalisten gaan ervan uit dat de informatie van collega-journalisten al de nodige stappen van journalistieke controle doorlopen heeft, zodat hun informatie een betrouwbare bron is. Messner en Distaso (2008) doopten dit fenomeen “intermedia agenda-setting”. Verder bevestigt deze grafiek de trend die we eerder al aangaven: het grote vertrouwen in en afhankelijkheid van sommige nieuwsbronnen: overheden (61 procent), onderzoekers (53 procent) en politici (50 procent).

1.2.2. Informatiekanalen

Figuur 2 geeft een overzicht van de dagelijks geraadpleegde informatiekanalen door beroepsjournalisten in Vlaanderen. Overeenkomstig met de eerdere conclusie dat collega’s de belangrijkste informatieleveranciers zijn, blijkt hier dat andere media de belangrijkste informatiekanalen zijn. Het internet (59 procent), binnenkomende e-mails (59 procent), persberichten (56 procent), telefooninterviews (54 procent) en nationale telexberichten (51 procent) scoren ook hoog.

Enkele kanalen worden opvallend minder frequent gebruikt. Persconferenties (15 procent) en face to face interviews (38 procent) nemen veel tijd in beslag en daarom is het moeilijk om er elke dag gebruik van te maken. Papieren (18 procent) en elektronische (38 procent) archieven komen enkel voor analyses en achtergrondstukken van pas. Archieven worden dus niet dagelijks geraadpleegd worden.



Figuur 2. Dagelijks geraadpleegde informatiekkanalen door journalisten (De Keyser, 2011, p.91).

In de derde paragraaf van onze literatuurstudie bespreken we de aanwezigheid van verschillende actoren, in het bijzonder experts, in de Vlaamse televisienieuwsuitzendingen

1.3. Actoren in Vlaamse nieuwsuitzendingen

Naast het bronnengebruik van Vlaamse beroepsjournalisten is er ook al heel wat onderzoek gevoerd naar het voorkomen van de verschillende actoren in het nationale televisienieuws. Het nieuws van VTM en het journaal op één worden sinds 2003 zorgvuldig geanalyseerd via het Elektronisch Nieuwsarchief (ENA). Daarbij wordt onder andere gekeken naar de verschillende actoren die opgevoerd worden in een nieuwsitem. Het ENA is een project van de Universiteit Antwerpen en de K.U.Leuven met Stefaan Walgrave en Marc Hooghe als promotoren.

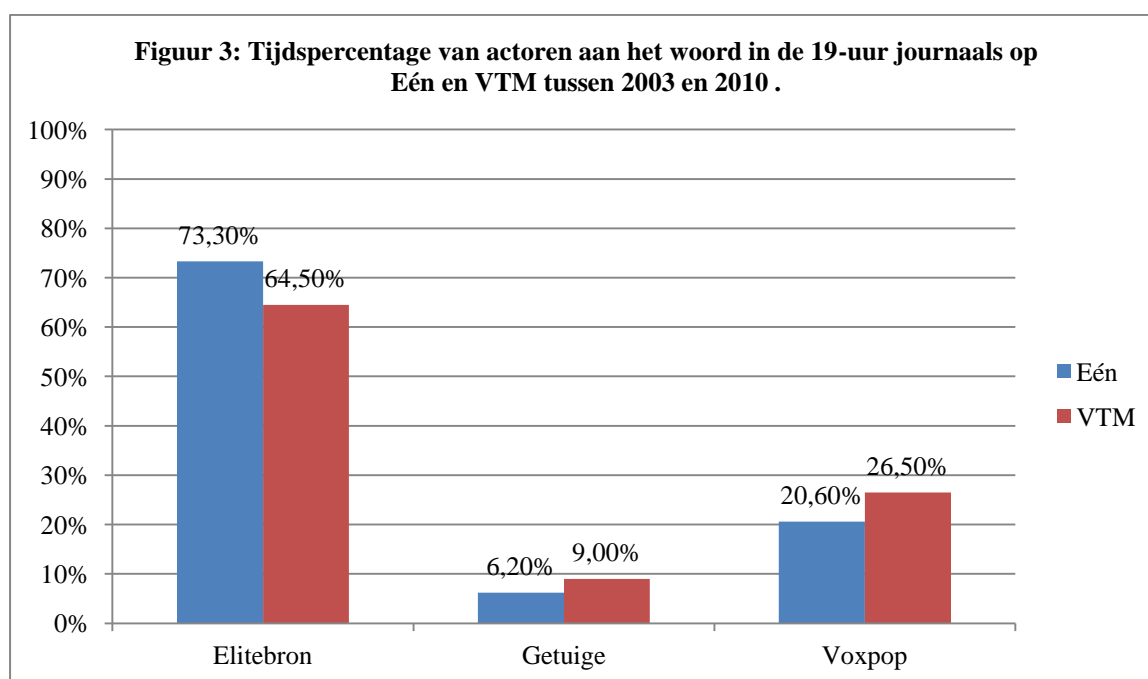
De onderzoekers onderscheiden drie soorten actoren of nieuwsbronnen: elitebron, getuigen en voxpop. De elitebronnen worden geïnterviewd omwille van hun functie en positie. Zij bezitten een bepaalde expertise. Getuigen worden geïnterviewd omdat ze exclusieve informatie bezitten. Ze worden geïnterviewd omwille van wat ze gezien hebben of meegemaakt hebben. Een derde groep is de voxpop of de ‘man in de straat’. Het gaat om voorbijgangers die willekeurig geïnterviewd worden omwille van hun mening over of ervaring met een gebeurtenis.

1.3.1. Vergelijking VRT en VTM

De Smedt, Hooghe en Walgraeve (april 2011) onderzochten wie er aan bod kwam in het Vlaamse televisienieuws tussen 1 januari 2003 en 31 december 2010. Hierbij vergeleken ze het VRT-nieuws en het VTM-nieuws op drie verschillende vlakken: aantal interventies van de actoren, spreektijd van de actoren en elitebronnen.

1.3.1.1.Aantal interventies actoren

Figuur 3 toont het aantal interventies van actoren in het Vlaamse televisienieuws tussen 2003 en 2010. De grafiek toont dat elitebronnen het meest hun zeg doen. De elitebron kwam zowel op de publieke omroep (73,3 procent) als op de commerciële omroep (64,5 procent) het meest aan het woord. De voxpop komt vaker aan bod bij VTM (26,5 procent) dan bij Eén (20,6 procent). De getuige komt het minst vaak aan bod. Wanneer we kijken naar verschillen tussen de twee Vlaamse nieuwszenders kunnen we besluiten dat Eén meer beroep doet op elitebronnen. VTM steunt dan weer meer op voxpops en getuigen.

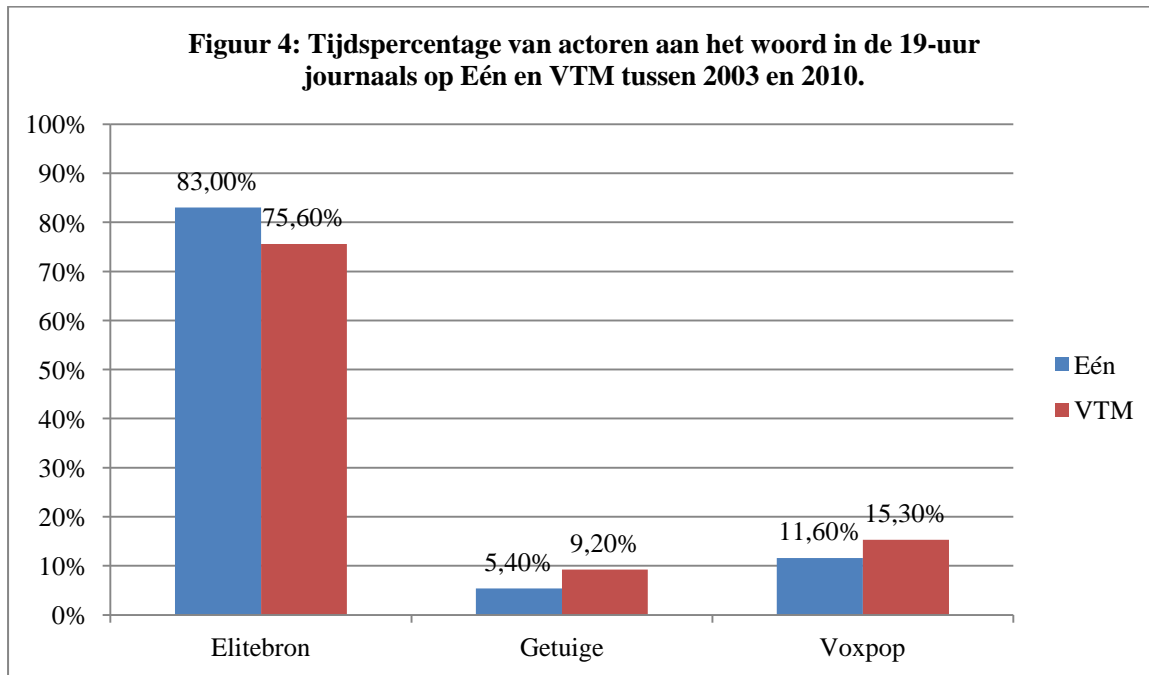


Figuur 3. Tijdspercentage van actoren aan het woord in de 19-uur journaals op Eén en VTM tussen 2003 en 2010 (De Smedt, Hooghe & Walgrave, april 2011, p.4).

1.3.1.2.Spreektijd actoren

De Smedt, Hooghe en Walgrave (april 2011) stellen dat de spreektijd van de actoren sterk verschilt. De elitebron spreekt gemiddeld twintig seconden per quote. De getuige neemt gemiddeld zeventien seconden het woord. De voxpop heeft de kortste spreektijd. In slechts tien seconden moeten zij hun verhaal kunnen vertellen.

Figuur 4 toont de spreektijd van de actoren in het Vlaamse televisienieuws tussen 2003 en 2010 en geeft zo een beeld van de reële media-aandacht van actoren. De elitebron is het meest prominent aanwezig in het Vlaamse televisienieuws en vertegenwoordigt 83 procent van de spreektijd op Eén en 75,6 procent op VTM. Eén laat 11,6 procent van hun totale spreektijd over aan voxpops, VTM 15,3 procent. De getuigen krijgt het minste tijd om hun boodschap over te brengen.



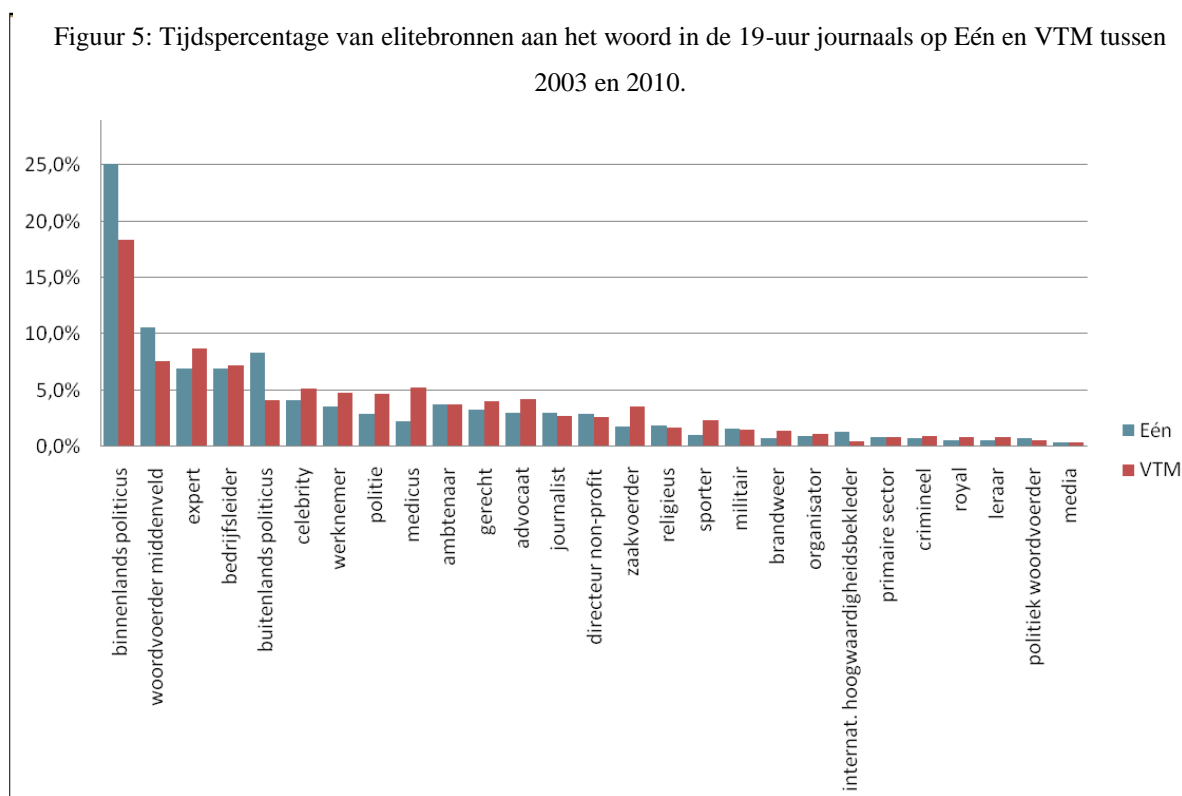
Figuur 4. Tijdspercentage van actoren aan het woord in de 19-uur journaals op Eén en VTM tussen 2003 en 2010 (De Smedt, Hooghe & Walgrave, april 2011, p.4).

1.3.1.3.Elitebronnen

Uit de vorige figuren kunnen we concluderen dat elitebronnen het meest prominent aanwezig zijn in het Vlaamse televisienieuws. Cross (2010, p. 414) vat het als volgt samen: “Stories in the news tend to be weighted toward elites”.

Figuur 5 focust op de verschillende actoren die we beschouwen als elitebronnen. Van de elitebronnen komen de binnenlandse politici het meest aan het woord. Maar liefst 25 procent van de aandacht op de openbare omroep gaat naar de binnenlandse politici en 18 procent bij VTM. De woordvoerders van de middenveldorganisatie volgen met

respectievelijk 11 procent en 8 procent van de aandacht. Daarna komt de expert, de bedrijfsleider en de buitenlandse politicus het meest aan bod (7 procent). Wanneer we kijken naar de verschillen tussen de twee Vlaamse nieuwszenders, kunnen we besluiten dat binnenlandse en buitenlandse politici en woordvoerders meer aan het woord worden gelaten op Eén. Op de commerciële zender krijgen experts, celebrities, artsen en politieagenten meer aandacht dan op de openbare zender.



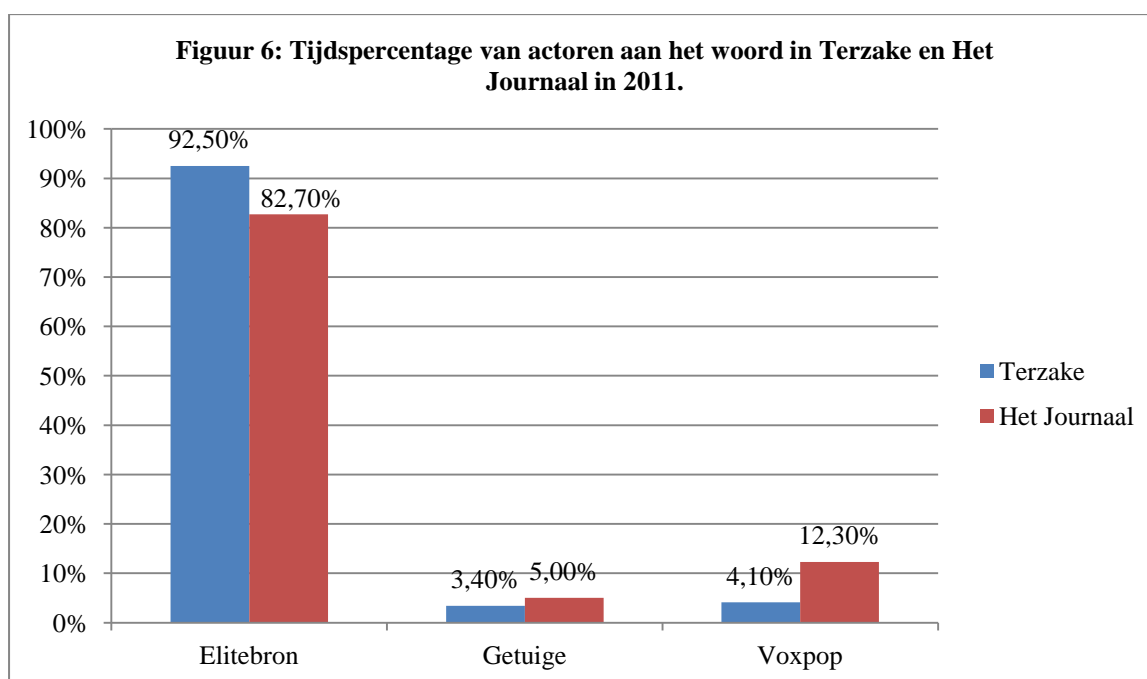
Figuur 5. Tijdspercentage van elitebronnen aan het woord in de 19-uur journaals op Eén en VTM tussen 2003 en 2010 (De Smedt, Hooghe & Walgrave, april 2011, p.6).

1.3.2. Vergelijking VRT en Terzake

In oktober 2012 bracht het ENA een nieuwe studie uit genaamd ‘Nieuws voor de meerwaardezoeker: Terzake en Het Journaal vergeleken’. Uit deze studie blijkt dat het duidingsmagazine Terzake sterk verschilt van Het Journaal op verschillende vlakken. We bespreken het aantal interventies van de actoren en de spreektijd van actoren.

1.3.2.1. Aantal interventies actoren

Figuur 6 toont het aantal interventies van actoren in Het Journaal en Terzake in 2011. De grafiek toont dat elitebronnen het meest hun zeg doen. De elitebron kwam zowel op Eén (82,7 procent) als op Canvas (92,5 procent) het meest aan het woord. De voxpop wordt vaker geïnterviewd door journalisten van Eén (12,3 procent) dan door journalisten van Canvas (4,1 procent). De getuige komt het minst vaak aan bod. Wanneer we kijken naar verschillen tussen de twee Vlaamse nieuwszenders kunnen we besluiten dat Canvas nog meer dan Eén beroep doet op elitebronnen.



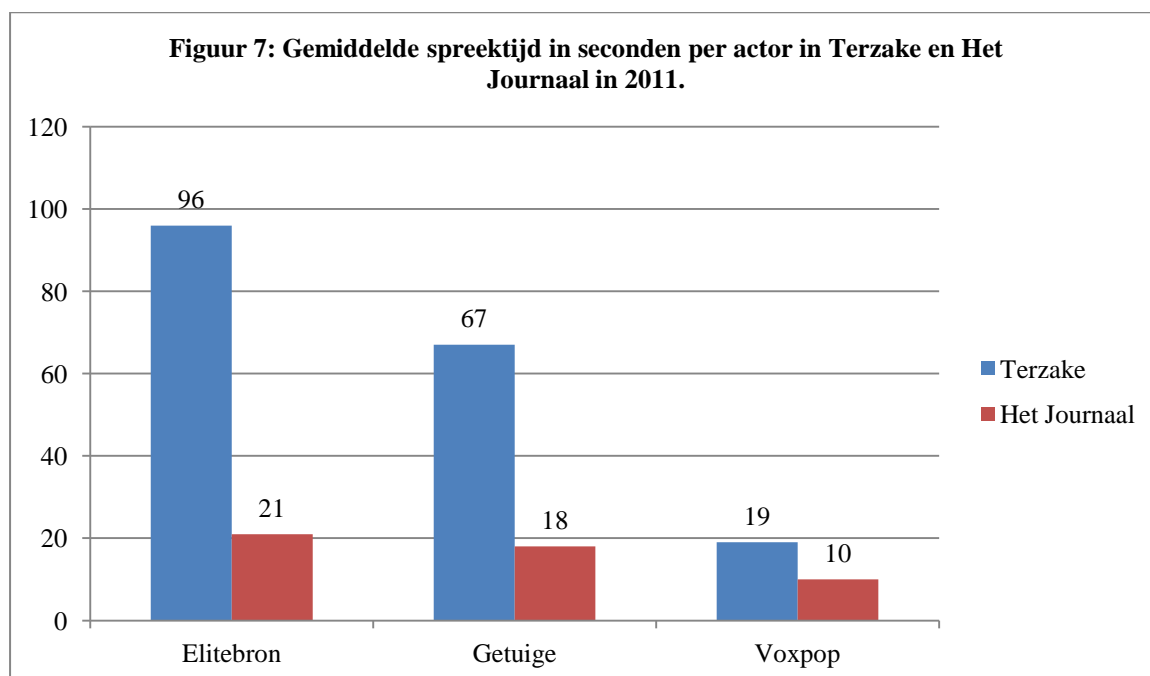
Figuur 6. Tijdspercentage van actoren aan het woord in Terzake en Het Journaal in 2011 (Vos, De Smedt, Hooghe & Walgrave, oktober 2012, p.5).

Het verschil tussen de zenders wordt verklaard vanuit het verschil in format tussen de beide nieuwsprogramma's. Het Journaal richt zich tot een breed publiek waardoor de nieuwsitems veel toegankelijker moeten zijn. Daarnaast zijn de nieuwsitems van Het Journaal veel korter en dus beter geschikt voor korte quotes van gewone burgers. De gemiddelde kijker van het duidingsmagazine Terzake daarentegen is een

‘meerwaardezoeker‘ die eerder geïnteresseerd is in ernstige en hardere nieuwsitems. Deze soort nieuwsitems zijn uiterst geschikt om elitebronnen duiding te laten geven.

1.3.2.2. Spreekijd actoren

Vos, De Smedt, Hooghe en Walgrave (oktober 2012) stellen dat de spreekijd van de actoren sterk verschilt. Uit figuur 7 blijkt dat de actoren in Terzake het meeste spreekijd krijgen. Bij Terzake spreekt de elitebron gemiddeld 96 seconden terwijl hij of zij 21 seconden in het Journaal krijgt. Ook de getuige en voxpop krijgen op Canvas het meeste spreekijd.



Figuur 7. Gemiddelde spreekijd in seconden per actor in Terzake en Het Journaal in 2011 (Vos, De Smedt, Hooghe & Walgrave, oktober 2012, p.6).

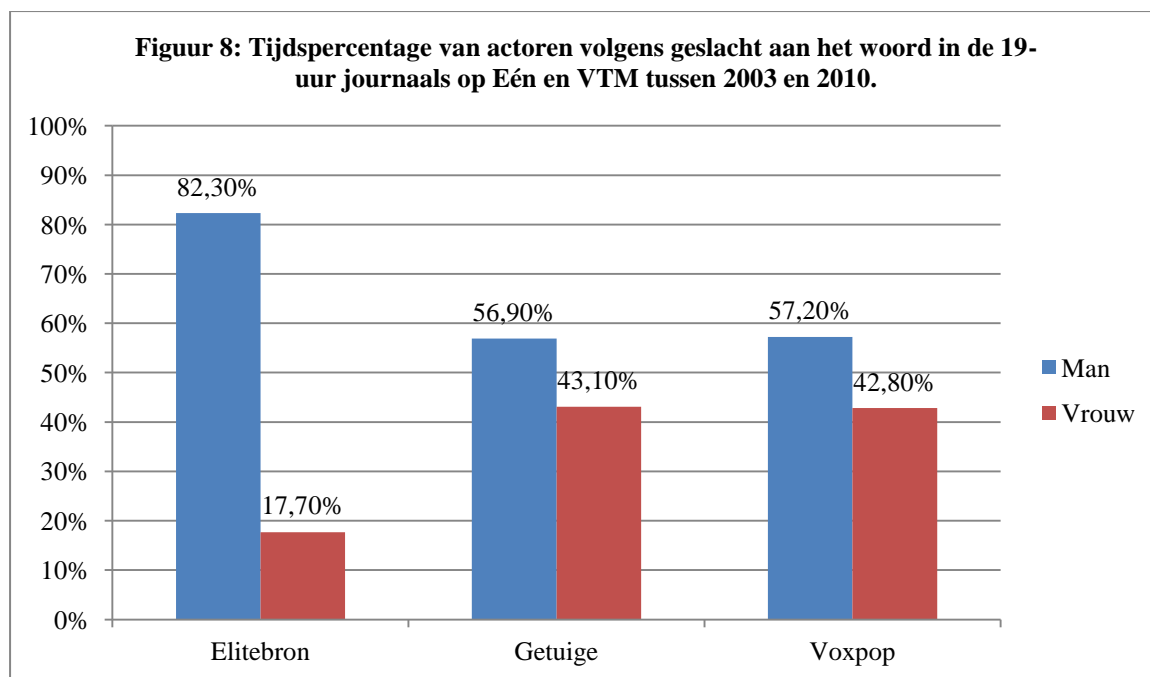
Wanneer we naar de soort actor kijken, zien we dat de elitebron het langst mag spreken. Bij Terzake krijgt de elitebron maar liefst 96 seconden, bij Het Journaal 21 seconden. Daarna volgt de getuige met respectievelijk 67 seconden en 18 seconden. De man in de straat of de voxpop krijgt het minste spreekijd. Ook dit verschil wordt verklaard door het verschil in format. Het duidingsmagazine Terzake brengt een beperkt aantal nieuwsitems en aantal nieuwsonderwerpen waarbij er

extra informatie wordt gegeven aan de hand van studiogesprekken of live-gesprekken. De gesprekken zijn ook meestal veel langer dan een doorsnee-gesprek bij het Journaal. Volgens de onderzoekers zijn de quotes in Het Journaal vaak veel te kort om een genuanceerd verhaal te vertellen.

1.3.3.Mannelijke versus vrouwelijke experten

Vlaams en buitenlands onderzoek (o.a. Kussendrager, van der Lugt & Rogmans, 2011; Zeldes, Fico & Diddi, 2007) naar de aanwezigheid van vrouwelijke actoren in nieuwsitems is eensgezind: vrouwen worden minder vaak als nieuwsbron opgevoerd dan mannen. Het televisienieuws wordt gedomineerd door mannen: de journalisten zijn overwegend mannen, het nieuws gaat grotendeels over mannen en het zijn vooral de mannen die het woord krijgen. Hartley (1982, geciteerd in De Clercq, 2003, p.104) vat dit als volgt samen: “news is not only about and by men, it is overwhelming seen through men”.

Figuur 8 toont de verhoudingen in tijdspercentage van actoren volgens geslacht in de 19-uur journaals op Eén en VTM. De grafiek toont aan dat het Vlaamse televisienieuws sterk gedomineerd wordt door mannen. Vooral bij de categorie elitebronnen zijn vrouwen sterk ondervetegenwoordigd. Slecht 17,7 procent van alle elitebronnen in het Vlaamse televisienieuws zijn vrouwelijk terwijl 82,3 procent mannelijk is. In de groepen van de voxpops en getuigen zijn de verschillen tussen mannen en vrouwen veel minder groot. Toch worden mannelijke voxpops (57,2 procent) en mannelijke getuigen (56,9 procent) vaker aan het woord gelaten dan hun vrouwelijke collega's.



Figuur 8. Tijdspercentage van actoren volgens geslacht aan het woord in de 19-uur journaals op Eén en VTM tussen 2003 en 2010 (De Smedt, Hooghe & Walgrave, april 2011, p.5).

Een ander onderzoek van het ENA bevestigt deze gegevens (Vos, De Smedt, Hooghe & Walgrave, januari 2012). Uit de resultaten van dit onderzoek bleek dat minder dan één nieuwsbron op vier een vrouw was. Vrouwen kregen in totaal 22 procent van de totale spreektijd in het Vlaamse televisienieuws terwijl mannen 78 procent van de spreektijd kregen. Het is duidelijk dat mannen het Vlaamse televisienieuws domineren. De ondervetegenwoordiging van vrouwen wordt verklaard door het feit dat vrouwen nu eenmaal minder leidinggevende posities in de samenleving bekleden en daarom komen ze minder vaak in aanmerking als nieuwsbron.

Omdat vrouwelijke deskundigen zo weinig aan het woord komen in de Vlaamse nieuwsuitzendingen werd de VEGA-databank (Valoriseren van Expert en Aandacht voor Gender) opgericht. “De online databank helpt de media en het grote publiek om vrouwelijke deskundigen en genderexperten te vinden en een beroep op hen te doen voor een opdracht binnen hun deskundigheidsdomein. Tegenwoordig bevat de VEGA-databank de gegevens van meer dan 400 Vlaamse en Waalse experts (Amazone, 2013).” VEGA werd in 2009 op vraag van het Instituut voor de gelijkheid van vrouwen en mannen opgericht door de vzw Amazone, een ondersteuningsstructuur voor de vrouwenbeweging.

1.3.4. Autochtone versus allochtone experts

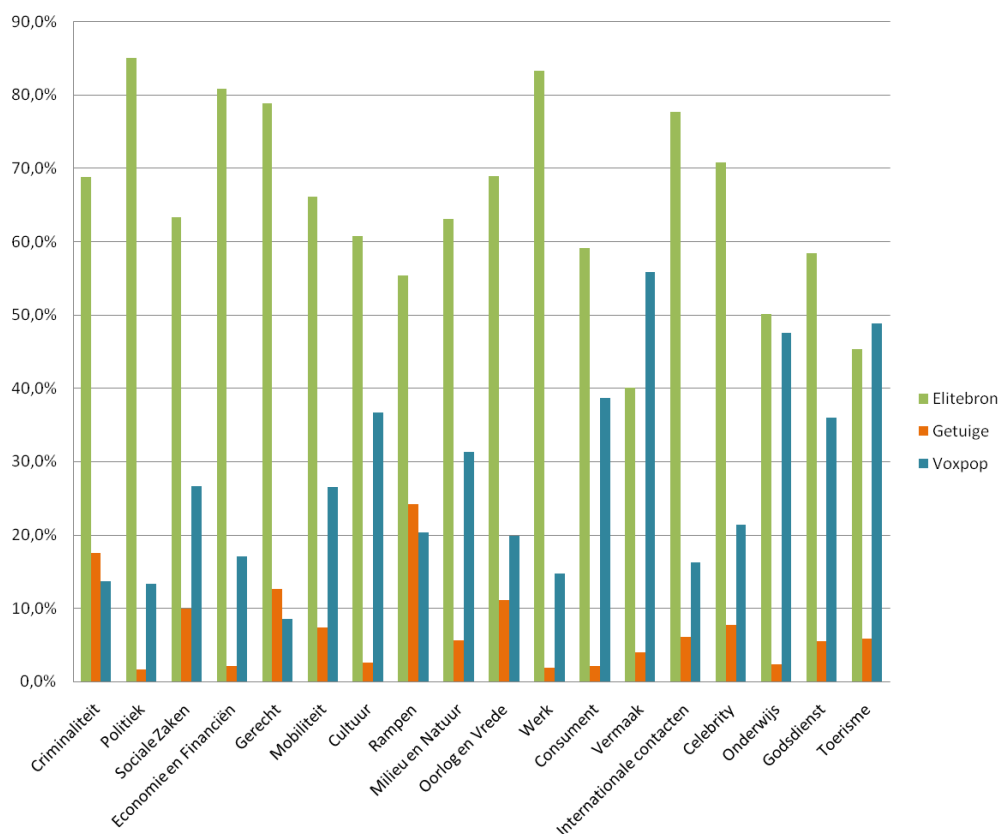
Devroe (2007) onderzoekt de aanwezigheid van allochtone actoren in de Vlaamse nieuwsuitzendingen. Uit de resultaten blijkt dat minder vaak naar de mening van allochtone actoren (26,2 procent) wordt gevraagd dan naar de mening van autochtone actoren. In de beroeps categorie politici was er, in verhouding, geen verschil tussen autochtonen en allochtonen. In de beroeps categorie deskundigen werden dan wel weer meer autochtonen geïnterviewd dan allochtonen. Ook de mensen van de ordediensten en de juristen die werden geïnterviewd, waren hoofdzakelijk autochtonen. Als etnische minderheden aan het woord komen blijkt dat vooral in de rol van de gewone mens in de straat te zijn. Devroe (2007) besluit dat journalisten vooral beroep doen op ‘witte’ bronnen en weinig gebruik maken van de alternatieve netwerken zoals bijvoorbeeld een allochtone deskundigengids.

Nochtans bestaat er in Vlaanderen zo’n allochtone databank. De cd-rom Gevestigde Waarden, opgericht vanuit de vaststelling dat er minder allochtone experts aan bod komen, bevat de persoons- en contactgegevens van ongeveer 200 allochtone deskundigen. Deze databank richt zich vooral tot journalisten en wil de allochtone deskundigen promoten. De cd-rom is uitgegeven in 2003 door de toenmalige Vlaamse minister van Welzijn, Gezondheid, Gelijke Kansen en Ontwikkelingssamenwerking Mieke Vogels in samenwerking met het Minderhedenforum (Minderhedenforum, 2013).

1.3.5. Actoren aan het woord volgens thema

De Smedt, Hooghe en Walgrave onderzochten welke soort actor aan het woord wordt gelaten bij welk thema. Figuur 9 toont per thema aan hoe vaak een elitebron, getuige of voxpop het woord krijgen. De elitebron wordt voor bijna alle thema’s het meest opgevoerd. Daarna volgt de voxpop. De getuige scoort vrijwel voor alle thema’s de derde plaats.

Figuur 9: Percentage van actoren in de belangrijkste thema's aan het woord in de 19-uur journaals op Eén en VTM tussen 2003 en 2010.



Figuur 9. Percentage van actoren in de belangrijkste thema's aan het woord in de 19-uur journaals op Eén en VTM tussen 2003 en 2010 (De Smedt, Hooghe & Walgrave, april 2011, p.8).

De grafiek toont eveneens aan dat journalisten verschillende actoren opvoeren bij verschillende thema's. Als politiek, werk of economie het onderwerp van het nieuwsitem zijn, komen bijna alleen elitebronnen aan het woord. In een item dat over rampen, criminaliteit, gerecht en oorlog en vrede gaat, worden getuigen vaker geïnterviewd dan de twee andere categorieën. De 'man in de straat' wordt meestal opgevoerd als het gaat over vermaak, toerisme of onderwijs.

1.4. Besluit literatuurstudie

Uit de literatuurstudie blijkt dat nieuwsbronnen van cruciaal belang zijn in het journalistieke productieproces. De selectie van de nieuwsbronnen gebeurt aan de hand van zes criteria: eerdere geschiktheid, productiviteit, betrouwbaarheid, geloofwaardigheid, autoriteit en expressievermogen van de nieuwsbron (Gans, 1979). De expert voldoet aan de meeste van deze eisen en dit verklaart meteen waarom experts zo populair zijn bij journalisten.

Uit onderzoek blijkt eveneens dat elitebronnen – waaronder experts - het meest prominent aanwezig zijn in het Vlaamse televisienieuws. Zij krijgen maar liefst drie vierde van alle spreektijd van alle actoren. Daarnaast is de gemiddelde lengte van de quote van een elitebron het langst. De elitebron krijgt maar liefst twintig seconden om zijn boodschap over te brengen. Van de elitebronnen komen binnenlandse politici het meest aan bod. Daarna volgen experts, bedrijfsleiders en buitenlandse politici (De Smedt, Hooghe & Walgrave, april 2011).

Experts worden dus vaak geraadpleegd door journalisten. Onderzoekers stellen dat journalisten, onder de prangende deadlines, terugvallen op een kleine groep experts: the usual suspects (Alterman, 1999; Cohen, 2005; Uce, Schueremans & De Swert, 2006). Zo ontstaat de indruk dat steeds dezelfde experts – denk bijvoorbeeld aan het terugkerende optreden van advocaat Jef Vermassen bij assisenzaken en econoom Geert Noels bij vragen over de economische crisis - opgevoerd worden in de media. Volgens sommige onderzoekers tast het terugkerende optreden van experts de onafhankelijke en kritische journalistiek aan.

Wanneer we naar het profiel van de expert in de Vlaamse nieuwsuitzendingen kijken, stellen we dat de gemiddelde expert een blanke man is. Het Vlaamse televisienieuws wordt gedomineerd door mannelijke nieuwsbronnen en vrouwelijke experts zijn sterk ondervertegenwoordigd (De Smedt, Hooghe & Walgraeve, april 2011; Vos, De Smedt, Hooghe & Walgraeve, oktober 2012). Een belangrijke verklaring voor die verhouding is het feit dat nog steeds meer mannen dan vrouwen een topfunctie bekleden en daarom vaker als expert worden opgevoerd. Ook allochtonen komen weinig aan het woord in de

Vlaamse televisienieuwsuitzendingen (Devroe, 2007; De Smedt, Hooghe & Walgraeve, april 2011). Allochtonen worden meestal als voxpop geïnterviewd en zelden als expert. Experten komen meestal aan het woord bij nieuwsitems over politiek, werk of economie (De Smedt, Hooghe en Walgraeve, april 2011).

Uit een vergelijkende studie van het Elektronisch Nieuwsarchief blijkt dat Het Nieuws (VTM) meer beroep doet op voxpops en getuigen. Zij brengen het nieuws meer vanuit de invalshoek van de gewone man. Het Journaal (Eén) daarentegen steunt meer op elitebronnen. Beide journaals hebben dus duidelijk een ander profiel en vertellen het nieuws vanuit een ander perspectief (De Smedt, Hooghe & Walgraeve, april 2011).

Een andere studie van het Elektronisch Nieuwsarchief toont aan dat het duidingsprogramma Terzake sterk verschilt van Het Journaal. Bij Terzake is de elitebron, dus ook de expert, nog prominenter aanwezig dan bij Het Journaal. Bij het duidingsmagazine is maar liefst negen op de tien personen een elitebron die duiding geeft bij de actualiteit. Het verschil tussen beide zenders wordt verklaard vanuit het feit het verschil in formats (Vos, De Smedt, Hooghe & Walgraeve, oktober 2012).

2.Methodologie

In dit hoofdstuk gaan we dieper in op het eigen onderzoek. We bespreken onder meer de centrale onderzoeksvraag, de hypothesen en de relevantie van het onderzoek. Vervolgens komt de werkwijze aan bod. Daarbij bespreken we onder meer onze keuze voor de kwantitatieve inhoudsanalyse en de steekproeftrekking. Tot slot bespreken we de criteria waaraan een persoon moet voldoen om als expert te fungeren.

2.1.Onderzoeksvraag en doelstelling

Uitgezonderd de studies van het ENA is er in Vlaanderen nog geen systematisch onderzoek uitgevoerd naar het optreden van experten in televisienieuwsuitzendingen. We weten dus nog niet welke deskundigen voorkomen, hoe vaak, op welke zenders, bij welke thema's. De centrale onderzoeksvraag van onze masterproef luidt dan ook als volgt: in welke mate en op welke manier maken Vlaamse televisienieuwsuitzendingen gebruik van experten in de nieuwsberichtgeving?

Naast de centrale onderzoeksvraag formuleren we vijf hypothesen. Uit het onderzoek van De Smedt, Hooghe en Walgraeve (april 2011) blijkt dat op Eén meer experts aan het woord worden gelaten dan op VTM. Uit een andere studie van het ENA (Vos, De Smedt, Hooghe & Walgraeve, oktober 2012) blijkt dan weer dat bij Terzake meer experten aan bod komen dan bij Het Journaal. Dit leidt tot de eerste hypothese:

Hypothese 1: 'Het Journaal' gebruikt vaker experten dan 'Het Nieuws' en 'Terzake' gebruikt vaker experten dan 'Het Journaal'.

Uit het literatuuronderzoek blijkt ook dat er heel wat journalisten teruggrijpen naar een beperkte groep van experten: the usual suspects. We verwachten dat dezelfde groep experten steeds terugkeren binnen één medium:

Hypothese 2: Elke zender maakt gebruik van een terugkerende groep experten.

De Smedt, Hooghe en Walgraeve (2011) stellen eveneens dat vrouwelijke experten sterk ondervertegenwoordigd zijn ten opzichte van hun mannelijke tegenhangers. We verwachten dan ook dat dit het geval zal zijn bij onze data.

Hypothese 3: Er komen meer mannelijke dan vrouwelijke experten aan bod.

Devroe (2007) stelt vast dat allochtonen zelden als expert worden opgevoerd. Deze vaststelling leidt tot onze vierde hypothese:

Hypothese 4: Er komen meer autochtone dan allochtone experten aan bod.

Uit het onderzoek van De Smedt, Hooghe en Walgraeve (2011) blijkt dat experten vaker opgevoerd bij thema's als politiek, economie en werk. Dit leidt tot onze vijfde en laatste hypothese:

Hypothese 5: Experten komen aan vaker aan bod bij thema's als politiek, economie en werk.

Naast deze hypothesen formuleren we ook nog een onderzoeksvraag die we toetsen aan de gevonden gegevens. We vragen ons af hoeveel experten er aan bod komen per nieuwsitem. Kiest de journalist voor één expert of kiest hij voor een confrontatie van meerdere deskundige opinies? De volgende onderzoeksvraag moet hier meer inzicht in geven: *Onderzoeksvraag 1: Komt er meer dan één expert aan bod per nieuwsitem?*

Met onze masterproef willen we een bijdrage leveren aan het onderzoek naar de aanwezigheid van experten in de Vlaamse nieuwsuitzendingen. We willen met andere woorden de gevonden data ter beschikking stellen van de ruimere wetenschappelijke gemeenschap. Daarnaast hopen we dat de resultaten journalisten zullen aanzetten om eens stil te staan bij hun eigen bronnengebruik. Uit onderzoek blijkt immers dat het effect van een nieuwsboodschap kan verschillen naargelang de geïnterviewde. Zo heeft de kijker de neiging om de mening van de 'man in de straat' te beschouwen als de algemene publieke opinie. De politicus heeft daarentegen veel minder impact op de kijker. Kijkers hebben de indruk dat de politicus wil overtuigen en zijn standpunt wil 'verkopen' en dat tast zijn geloofwaardigheid aan. Expertena worden als het meest deskundig, geloofwaardig en betrouwbaar gezien. Zij geven extra informatie bij een nieuwsfeit zonder dat zij daar enig belang bij hebben. Wie de journalist uiteindelijk in zijn nieuwsitem aan het woord laat, heeft dus een impact op hoe de televisiekijker zelf over een thema denkt. Daarom is

het belangrijk dat journalisten bewust omspringen met de selectie van actoren (De Smedt, Hooghe & Walgraeve, 2011).

2.2. Werkwijze

Voor het empirische luik van deze masterproef hebben we gekozen voor een kwantitatieve inhoudsanalyse. Binnen deze masterproef worden de 19u- journaals uur van Eén en VTM geanalyseerd. De commerciële zender VTM en de publieke omroep Eén zijn immers de enige twee Vlaamse zenders die een algemene nieuwsuitzending aanbieden. Daarnaast zullen ook de uitzendingen van Terzake geanalyseerd worden. We kiezen ook voor Terzake omdat de ankers van ‘Het Journaal’ vaak doorverwijzen naar Terzake voor achtergrondinformatie.

Binnen het beperkte bestek van deze masterproef is het onmogelijk om alle nieuwsuitzendingen te analyseren. Daarom werd er een steekproef genomen (zie bijlage 1). Enerzijds, stelden we onze steekproef op basis van beredeneerde keuzes samen. Zo varieerden we in maanden en in weekdays. Anderzijds speelde ook toeval een rol in het samenstellen van onze steekproef. Bij het uitpikken van de concrete data van de nieuwsuitzendingen lieten we ons door het toeval leiden. Volgens Lacy et al (2001, p. 838) heeft een selectie boven de 24 nieuwsuitzendingen geen effect meer op de accuraatheid.

Omdat we een zo algemeen en actueel beeld van experts schetsen, starten we onze selectie in januari 2012 en eindigen we in december 2012. De maanden juli en augustus schrappen we uit onze selectie want Terzake zendt tijdens deze zomermaanden niet uit. Per maand worden twee of drie willekeurige dagen gekozen: januari (2), februari (3), maart (2), april (3), mei (2), juni (2), september (3), oktober (3), november (2) en december (2). Aangezien de inhoud van nieuwsuitzendingen vaak onderhevig is aan de dag van de week waarop ze worden uitgezonden, variëren we ook in weekdays: maandag (4), dinsdag (3), woensdag (4), donderdag (3), vrijdag (4), zaterdag (3) en zondag (3). Wanneer de geselecteerde dag een zondag of zaterdag is, wordt er geen uitzending van Terzake geanalyseerd omdat Terzake geen uitzendingen maakt in het

weekend. In totaal worden er dus 65 nieuwsuitzendingen geselecteerd: Eén (24), VTM (24) en Terzake (17). We analyseren de nieuwsuitzendingen van de volgende data: maandag 16 januari 2012, donderdag 26 januari 2012, zaterdag 11 februari 2012, maandag 27 februari 2012, woensdag 29 februari 2012, donderdag 8 maart 2012, zondag 17 maart 2012, vrijdag 13 april 2012, woensdag 18 april 2012, zaterdag 28 april 2012, dinsdag 8 mei 2012, zondag 13 mei 2012, vrijdag 15 juni 2012, dinsdag 26 juni 2012, zondag 8 september 2012, donderdag 20 september 2012, maandag 24 september 2012, woensdag 10 oktober 2012, woensdag 24 oktober 2012, dinsdag 30 oktober 2012, vrijdag 9 november 2012, maandag 18 november 2012, zaterdag 1 december 2012 en donderdag 13 december 2012.

Vervolgens werden voor alle data de nieuwsuitzendingen via de digitale databank van het nieuwsarchief gedownload. Het Elektronisch Nieuwsarchief (ENA) archiveert sinds 2003 alle nieuwsuitzendingen van 19 uur op Eén (VRT) en VTM op digitale wijze. De projectcoördinator van het ENA, Julie De Smedt, heeft ons de uitzendingen van Terzake doorgestuurd. Het ENA codeert ook alle nieuwsuitzendingen: de nieuwsitems worden in detail bekeken en geanalyseerd. Het ENA is een interuniversitair initiatief van de Universiteit Antwerpen en de K.U.Leuven met Stefaan Walgrave (UA) en Marc Hooghe (KUL) als promotoren. De financiering gebeurt door een projectsubsidie van de Vlaamse minister van Media. Een eerste doel van het ENA is om nieuwsinhouden te analyseren en de bevindingen te rapporteren aan de Vlaamse overheid of ze op te nemen in wetenschappelijke publicaties. Een tweede doel is de data ter beschikking te stellen van de ruimere wetenschappelijke gemeenschap.

Voor de analyse van de nieuwsboodschappen maken we gebruik van een kwantitatieve inhoudsanalyse. Dit lijkt ons de meest geschikte methode aangezien onze centrale onderzoeksvraag zich vooral concentreert op de mate waarin experten aan bod komen in de nieuwsberichtgeving van Eén, VTM en Terzake. We werken dus vooral met cijfergegevens en aantallen: hoeveel experten komen er in totaal aan bod, hoeveel experten per zender, hoeveel autochtone en allochtone experten.

Volgens Devroe (2005) geeft Neuendorf de meest volledige definitie van kwantitatieve inhoudsanalyse. De kenmerken van kwantitatieve inhoudsanalyse zijn meteen ook de voordelen.

“Content analysis is a summarizing, quantitative analysis of messages that relies on the scientific method (including attention to objectivity-intersubjectivity, a priori design, reliability, validity, generalizability, replicability and hypothesis testing) and is not limited as to the types of variables that may be measured or the context in which the messages are created or presented.” (Neuendorf, 2002, geciteerd in Devroe, 2005, p.81)

Hoewel een kwantitatieve inhoudsanalyse de meest aangewezen onderzoeksmethode voor deze masterproef is, heeft deze methode ook beperkingen. Volgens Devroe (2005, p. 82) is de meest belangrijke beperking: “het opleggen van de interpretatie van de onderzoeker. Door het construeren van een categorieënsysteem (in de vorm van een codeboek), loopt de onderzoeker immers het risico zijn betekenissysteem op te leggen. Elk categorieënsysteem is op één of andere manier selectief en leidt mogelijk tot vertekening.” We doen dus enkel kwantitatieve uitspraken en we verklaren niet waarom journalisten bijvoorbeeld wel of niet voor die bepaalde deskundige kiezen.

Voor de kwantitatieve inhoudsanalyse stellen we een nieuw codeboek op (zie bijlage 2). Dit gebeurt aan de hand van een vooronderzoek: een analyse van de nieuwsuitzendingen van Eén, VTM en Terzake van maandag 12 november, dinsdag 13 november, woensdag 14 november en donderdag 15 november. Het vooronderzoek moet een aantal variabelen opleveren voor het codeboek en leverde tevens een sluitende definitie van het begrip expert op. Daarnaast hebben we ons ook laten inspireren door codeboeken uit verschillende andere inhoudsanalyses.

Eenmaal het codeboek opgesteld, hebben we de geselecteerde nieuwsuitzendingen geanalyseerd. De hoofdpunten, sportblokken, het weer en aankondigingen van andere televisieprogramma's werden telkens buiten beschouwing gelaten om het dagelijkse nieuwsaanbod zo zuiver mogelijk te kunnen analyseren. Daarna hebben we de nieuwsuitzendingen gecodeerd in een databestand in het statistische computerprogramma SPSS (Superior Performing Software Systems). Met dit programma hebben we eveneens de cijfergegevens verwerkt.

2.3. Definitie expert

Het vooronderzoek bleek niet alleen nuttig voor het opstellen van het codeboek maar was ook belangrijk bij het formuleren van een definitie voor het begrip expert. Het werd al snel duidelijk dat het niet eenvoudig was om te bepalen wanneer iemand als expert fungeerde .

Enkele voorbeelden uit het vooronderzoek op televisie. In Het Journaal van donderdag 15 november 2012 werd Virginie Michielsens, woordvoerder bij ING, geïnterviewd over de sluiting van een aantal ING-kantoren. Door haar functie heeft zij een bepaalde kennis van zaken maar tegelijkertijd vertegenwoordigt zij het standpunt van ING. Expert of niet? Diezelfde dag geeft Hubert Rendant, een rij-instructeur uit Vilvoorde, zijn mening over de toenemende verkeersagressie. De man heeft geen wetenschappelijke expertise, maar hij spreekt wel uit een bepaalde ervaring. Expert of niet?

Om te bepalen of iemand als expert fungeerde, stelden wij vier criteria op. Wij hebben dus niet de definitie van het Elektronisch Nieuwsarchief overgenomen omdat ze te beperkt is voor ons onderzoek. Ten eerste moet de persoon een bepaalde kennis hebben door opleiding, uitoefening van een beroep of ervaring. Een voorbeeld: Op maandag 12 november 2012 geeft cardioloog Luc Janssens meer uitleg over het verband tussen medicatie en hartritmestoornissen. Als cardioloog, heeft hij door zijn opleiding en job een expertise ontwikkeld in het vakgebied (Het Nieuws, maandag 12 november 2012). Ook Hubert Rendant, aangehaald in de vorige alinea, valt onder dit eerste criterium.

Ten tweede moet de expert onafhankelijk zijn en geen belang hebben bij zijn uitspraken. Een voorbeeld. Bart de Wever kwam na de verkiezingsstrijd in Antwerpen aan het woord over de coalitievorming in Antwerpen. Het is duidelijk dat Bart De Wever hier niet optreedt als expert, want hij spreekt uit eigen overtuiging (Het Journaal, dinsdag 13 november 2012). Wanneer John Crombez in zijn functie van Staatssecretaris voor fraudebestrijding meer uitleg geeft over fraude in België, treedt hij wel op als expert. Crombez spreekt hier niet als vertegenwoordiger van zijn partij en heeft zelf geen belang bij zijn uitspraken (Terzake, donderdag 15 november 2012).

Ten derde geeft de expert exclusieve informatie, die niet door iedereen gekend is. De expert moet met andere woorden een meerwaarde geven aan het nieuwsitem. Een voorbeeld. Professor Jan Poelart, diensthoofd anesthesie in het Universitair Ziekenhuis van Brussel geeft meer uitleg over anesthesie bij kinderen. Door zijn opleiding en job is de man deskundige in zijn vakgebied. Hij bezit informatie die voor de meerderheid van het publiek niet gekend is (Het Nieuws, donderdag 15 november 2012).

Ten slotte moet de journalist zelf het initiatief hebben genomen om de expert te interviewen. Algemeen werden wetenschappers die hun resultaten van hun wetenschappelijk onderzoek presenteerden, niet opgenomen als expert. Wetenschappers, die door de journalisten zelf gevraagd werden om meer duiding te geven bij een bepaald fenomeen wel. Een voorbeeld: In een nieuwsitem over de huiszoeking naar verboden middelen bij wielrenner Bart Wellens, geeft Wim Derave, sportwetenschapper verbonden aan de Universiteit van Gent, meer uitleg over het effect van supplementen op de prestaties van een sporter (Het Journaal, donderdag 26 januari 2012).

Hoewel we een definitie opstelden, was er soms nog onzekerheid of de persoon wel als expert fungeerde. In die gevallen gaf de expertise van de geraadpleegde persoon de doorslag. Een voorbeeld: In een nieuwsitem over de sluiting van Ford komt Meryame Kathir – politica en arbeidster bij Ford - aan het woord. Kathir is niet onafhankelijk omdat ze zelf betrokken is bij de sluiting. Toch wordt ze als een expert bestempeld, omdat haar quotes getuigen van deskundigheid (Het Journaal, donderdag 15 november 2012).

3.Resultaten

In dit hoofdstuk komen de resultaten van de analyses van de nieuwsuitzendingen uitgebreid aan bod. Op basis van deze resultaten formuleren we een antwoord op de onderzoeksvragen en hypothesen die we in het voorgaand hoofdstuk opstelden.

3.1.Centrale Onderzoeksvraag

De centrale onderzoeksvraag van deze masterproef luidt: in welke mate en op welke manier maken Vlaamse televisienieuwsuitzendingen gebruik van experts in de nieuwsberichtgeving? Met behulp van acht criteria formuleren we een antwoord op deze centrale onderzoeksvraag. Achtereenvolgens komen de volgende criteria aan bod: het aantal experts, datum en dag van de week, itemnummer, gemiddelde lengte van een nieuwsitem en een quote, functie van de expert, vermelding en prominentie.

3.1.1.Aantal experts

We doen dit onderzoek op basis van een analyse van 65 nieuwsuitzendingen van Eén, Canvas en VTM van 2012. Die analyse levert 707 experts op. Dit wil zeggen dat er per nieuwsuitzending gemiddeld 11 experts of per dag gemiddeld 30 experts aan het woord komen.

Wanneer we naar de variatie binnen die groep van 707 experts kijken, zien we dat er 515 verschillende experts voorkomen ons corpus. 99 van de 515 deskundigen komen meerdere malen aan bod. Het blijkt dus niet zo te zijn dat een terugkerende groep van usual suspects onze Vlaamse nieuwsuitzendingen domineert. Dit resultaat is enerzijds verassend omdat het niet aansluit bij onze bevindingen uit onze literatuurstudie. Daarin konden we eerder al lezen dat verschillende onderzoekers stellen dat journalisten steeds teruggrijpen naar een beperkte groep van experts. Anderzijds komt ons resultaat wel overeen met de resultaten van het onderzoek van Buyck. Zij concludeerde eveneens dat

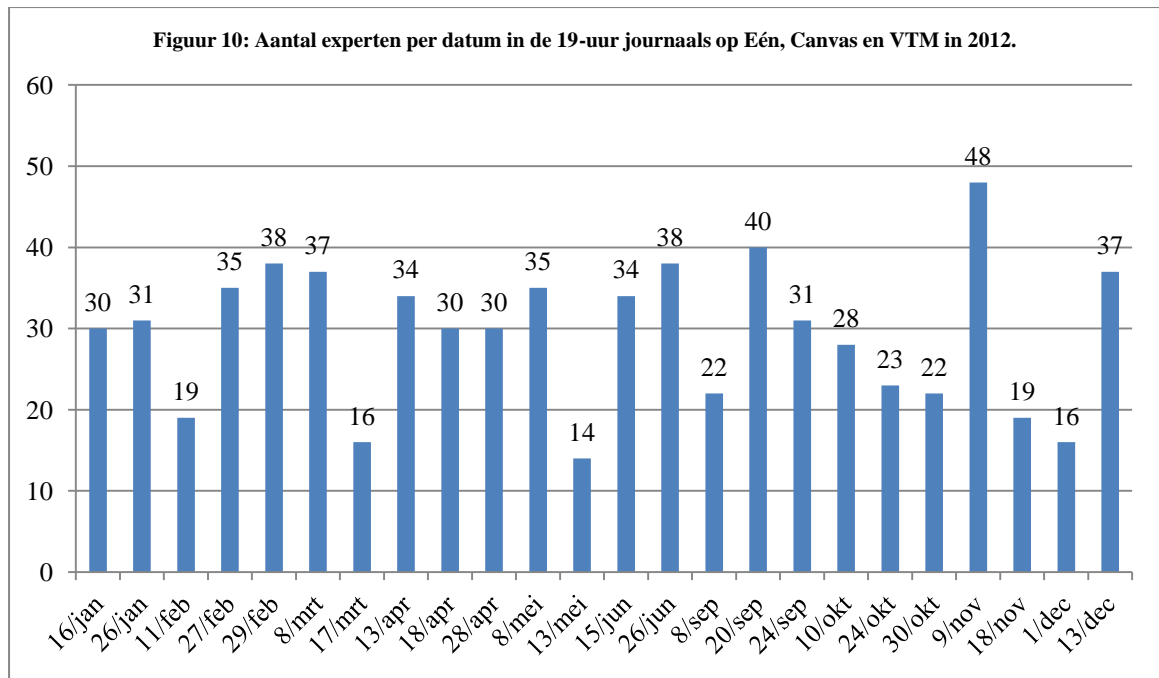
de meeste experten in haar corpus slechts één maal voorkwamen en dat er dus geen sprake is van een overzicht van enkele experten in de Vlaamse kranten.

Bovendien gaat het bij die 99 voorbeelden meestal om een deskundige die voor een tweede terugkomt (62). In minder mate komt een aantal experten een derde keer (18) voor. Zelden komen ze een vierde keer (5), vijfde keer (7), zesde keer (2), zevende keer (2), negende keer (2) of vijftiende keer (1) terug. Opvallend is dat de top drie van de meest voorkomende experten louter uit politici bestaat. Vlaams minister-president Kris Peeters staat met 15 keer op de eerste plaats. Minister van Binnenlandse Zaken, Joëlle Milquet en staatssecretaris voor Fraudebestrijding, John Crombez delen plaats twee. Zij komen elk 9 keer voor. Johan Vande Lanotte, Minister van Economie en Vincent Van Quickenborne, Minister van Pensioenen, staan met 7 keer op de derde plaats.

3.1.2. Datum en dag van de week

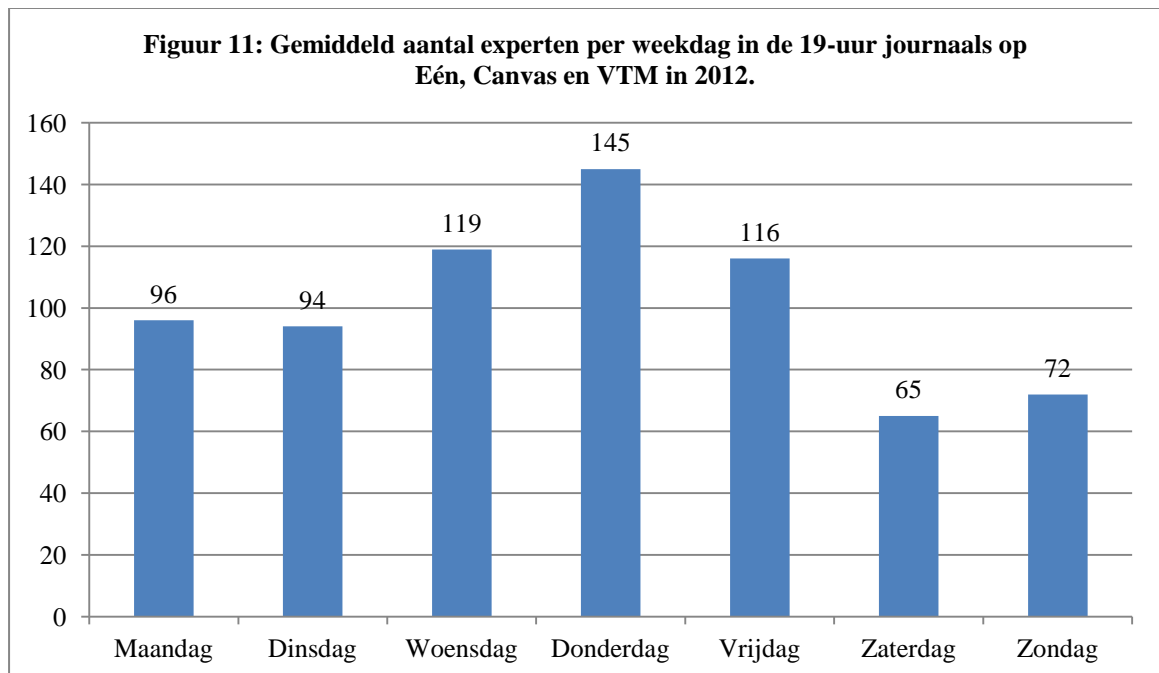
Vervolgens onderzoeken we of het aantal experten varieert naargelang de datum of de dag van de week.

Figuur 10 geeft een overzicht van het aantal experten per datum in de Vlaamse nieuwsuitzendingen. Hieruit blijkt dat het aantal deskundigen per dag varieert tussen 14 en 48. De grote variatie is te verklaren door het verschil in het nieuwsaanbod van die dag. Het is vanzelfsprekend dat bij belangrijke economische of politieke gebeurtenissen meer deskundigen geraadpleegd worden. Een voorbeeld: op vrijdag 9 november kwamen het grootste aantal experten aan bod, namelijk 48. Op die dag werd er immers nagepraat over de aangekondigde sluiting van Ford Genk en het besparingsplan van Belfius. De data met het laagste aantal experten zijn voornamelijk weekenddagen. Dit is waarschijnlijk toe te schrijven aan het feit dat Terzake in het weekend niet werd geanalyseerd of dat experten in het weekend minder bereikbaar zijn.



Figuur 10. Aantal experten per datum in de 19-uur journaals op Eén, Canvas en VTM in 2012.

Figuur 11 toont het gemiddeld aantal experten dat per weekdag aan het woord wordt gelaten. Hieruit blijkt dat op donderdag het grootste aantal experten aan bod komen (145). Daarna volgen de wekdagen woensdag (119) en vrijdag (116).



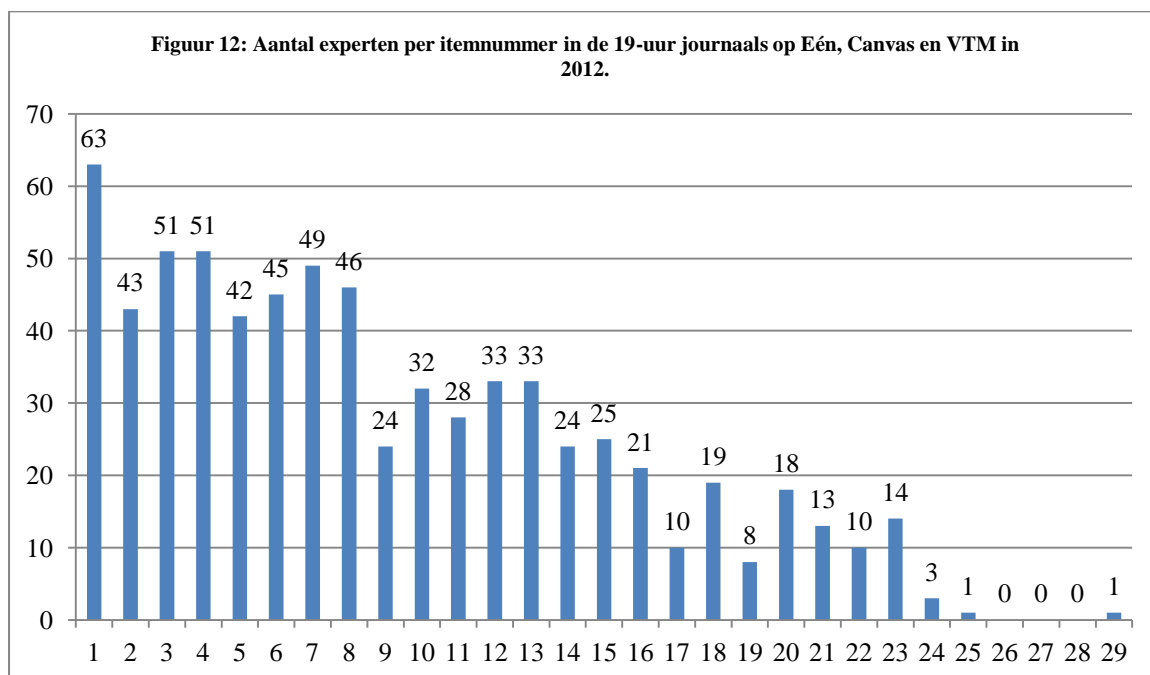
Figuur 11. Gemiddeld aantal experten per weekdag in de 19-uur journaals op Eén, Canvas en VTM in 2012.

Opvallend is dat in het weekend veel minder experts worden opgevoerd. Op zaterdag komen er gemiddeld 65 experts aan bod. Op zondag zijn er dat 72. Dit kunnen we wellicht verklaren door het feit dat Terzake niet uitzendt in het weekend. Het is ook mogelijk dat experts in het weekend minder bereikbaar zijn om duiding te geven. Ook hier geldt uiteraard dat de nood aan een expert sterk samenhangt met het nieuwsaanbod van de dag.

3.1.3.Itemnummer

Een derde criterium dat ons helpt om een antwoord te formuleren op onze centrale onderzoeksvraag is het itemnummer. Komen de experts vooral in het begin of eerder op het einde van de nieuwsuitzending aan bod?

Figuur 12 geeft een overzicht van het gemiddeld aantal experts in de nieuwsitems van de Vlaamse nieuwsuitzendingen. De x-as geeft het nummer van het nieuwsitem. 1 staat voor nieuwsitem 1, 2 staat voor nieuwsitem 2... De y-as geeft het aantal experts per itemnummer waarin experts aan het woord werden gelaten.



Figuur 12. Aantal experts per itemnummer in de 19-uur journaals op Eén, Canvas en VTM in 2012.

Het is duidelijk dat de meeste experten in de eerste items aan bod komen. Vanaf itemnummer 9 zien we een duidelijk dalende grafieklijn. Op dat moment worden de nieuwsitems vaak korter en is de tijd vaak te beperkt om experts extra duiding te laten geven bij een nieuwsfeit.

3.1.4. Gemiddelde lengte item en gemiddelde lengte quote in seconden

Vervolgens lijkt het ons ook interessant om na te gaan hoeveel de gemiddelde lengte van een nieuwsitem en quote bedraagt.

De gemiddelde lengte van een nieuwsitem, waarin een expert aan bod komt, bedraagt 118 seconden. Het kortste nieuwsitem bedraagt slechts 21 seconden (Het Journaal, maandag 24 september 2012). De lengte van het langste nieuwsitem bedraagt 870 seconden (Terzake, woensdag 24 oktober 2012). Dit nieuwsitem is een studiegesprek met Jo Vandeurzen, Jos Stalmans en Herman Van Rompuy in Terzake over de sluiting van Ford.

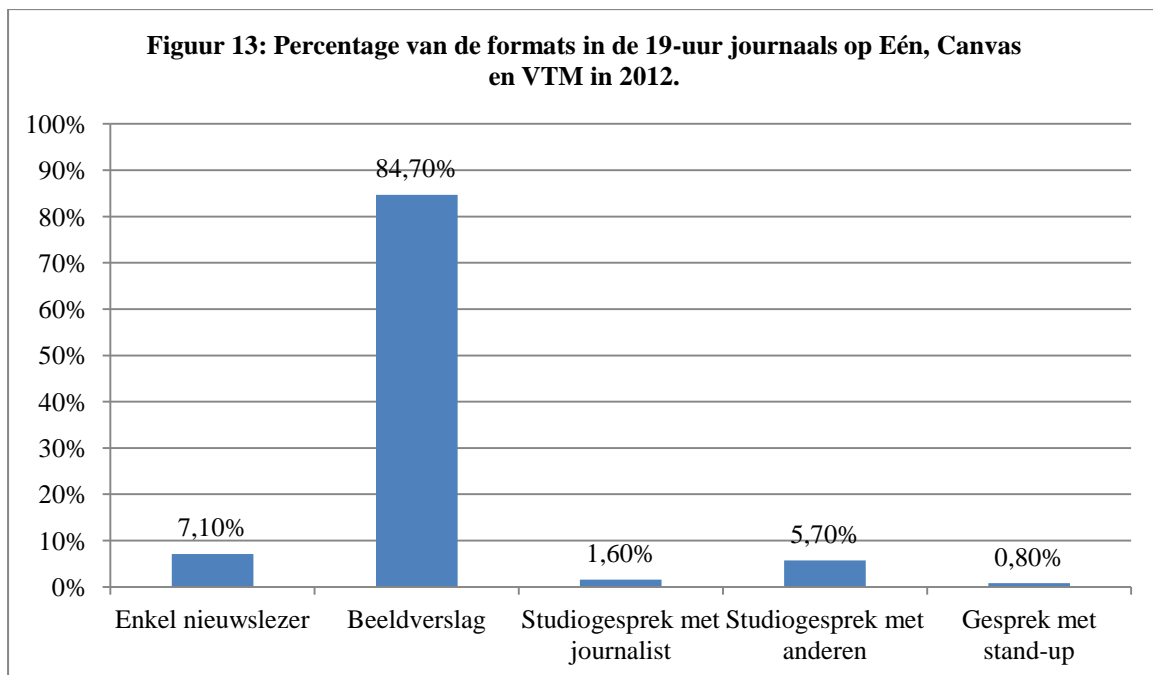
De expert komt gemiddeld 23 seconden aan het woord. Deze lengte ligt iets hoger dan de gemiddelde lengte van de spreektijd van 19 seconden in onze literatuurstudie. Dit kunnen we wellicht verklaren door het feit dat sommige experts meerdere quotes of een volledig nieuwsitem kregen om extra informatie te geven. De lengte van de kortste quote bedraagt 5 seconden (Het Nieuws, zaterdag 11 februari 2012). De lengte van de langste quote staat op naam van Europees voorzitter Herman Van Rompuy en bedraagt 423 seconden (Terzake, donderdag 20 september 2012).

3.1.5. Format

Een vijfde criterium dat ons helpt om onze centrale onderzoeksvraag te beantwoorden is het format. Krijgt de expert louter een vermelding of mag hij een volledig nieuwsitem volspreken?

In dit onderzoek onderscheiden we vijf soorten formats. *Enkel de nieuwslezer* is een format waarbij de nieuwsanker voice-over de beelden bespreekt waarin de expert aan bod komt. Het tweede format is een *beeldverslag of beeldreportage*. Een *studiogesprek* vindt plaats in de nieuwsstudio en live tijdens de uitzending zelf. Journalisten zijn alle personen die verbonden zijn aan de nieuwsredactie. Anderen die niet verbonden zijn aan de nieuwsredactie, behoren tot de categorie *studiogesprek met anderen*. Het vijfde en laatste format is *gesprek met stand-up*. Een stand-up is een eigen journalist die ergens ter plaatse verslag uitbrengt. Hij of zij wordt meestal in duplex in beeld gebracht. Ook een telefoongesprek met een eigen journalist valt onder deze categorie.

Figuur 13 toont aan dat de beeldreportage (84,7 procent) het populairste format is. Het studiogesprek (7,3 procent) komt op de tweede plaats, op de voet gevolgd door de aankondiging van de nieuwslezer (7,1 procent).



Figuur 13. Percentage van de formats in de 19-uur journaals op Eén, Canvas en VTM in 2012.

Op alle zenders is het beeldverslag het meest voorkomende format (zie output 8 op cd-rom; $\chi^2=184,325$, $df=8$, $p<0,05$). Ongeveer negen op de tien van de nieuwsitems op Eén en VTM behoren tot deze categorie. Bij Terzake gaat het om 60 procent. Het duidingsmagazine werkt ook zeer vaak met het studiogesprek (33 procent). Bij Eén en VTM zenders ligt dit aandeel veel lager, respectievelijk 3 procent en 1,3 procent. Dit

hoeft niet te verwonderen aangezien het duidingsmagazine Terzake vaak experts uitnodigt in de studio om meer achtergrondinformatie te geven bij een nieuwsfeit.

3.1.6.Functie van de expert

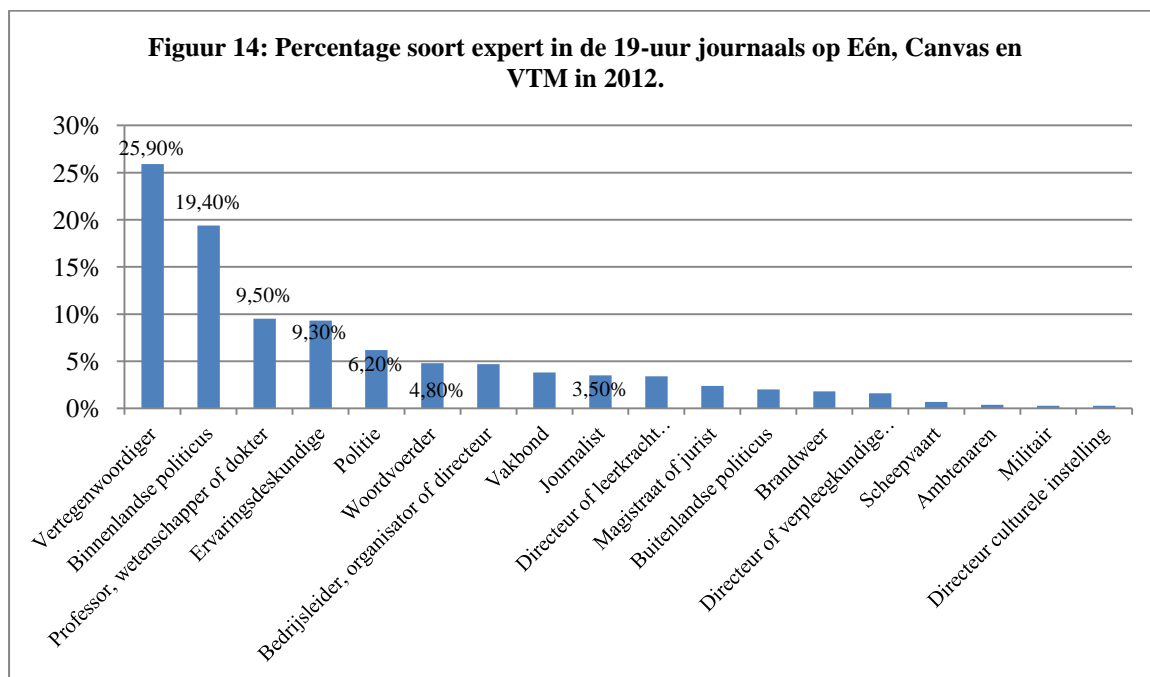
In deze subparagraaf gaan we na in welke rol de expert vooral aan bod komt. Zijn het vooral collega-journalisten waarop journalisten een beroep doen zoals uit onze literatuurstudie bleek? Of steunen journalisten vooral op de deskundige uitleg van professoren?

Figuur 14 geeft een overzicht van de soort experts die aan bod komen in de Vlaamse nieuwsuitzendingen. Hieruit blijkt dat de vertegenwoordiger met een aandeel van 25,9 procent de absolute koploper is. Onder deze noemer vallen vertegenwoordigers van bedrijven, verenigingen, comités of andere verenigingen. Wellicht bevinden er zich tussen de vertegenwoordigers ook heel wat woordvoerders aangezien het niet altijd even duidelijk was dat het om een woordvoerder ging. Enkel wanneer expliciet werd vermeld dat het om een woordvoerder ging werd hij/zij in de categorie woordvoerder (4,8 procent) opgenomen.

Een voorbeeld hiervan is Sofie Van Damme. In de titelbalk verscheen steeds Belgisch Instituut voor de Verkeersveiligheid. Zij werd dus opgenomen in de categorie vertegenwoordigers. Op de website van het BIVV zien we echter dat Sofie Van Damme woordvoester is. Als we de twee categorieën samen tellen, komen we aan ongeveer een derde van het totale aantal experts (30,7 procent). Dat vertegenwoordigers en woordvoerders zo populair zijn, hoeft niet te verwonderen. Uit onze literatuurstudie bleek immers dat journalisten, die onder prangende deadlines werken, de voorkeur geven aan nieuwsbronnen die nieuwswaardige informatie kunnen leveren in een korte tijd. Dat verklaart meteen het feit dat vertegenwoordigers en woordvoerders vaak als nieuwsbron worden opgevoerd. Zij zijn immers getraind om in enkele quotes hun informatie bondig en krachtig samen te vatten.

De binnenlandse politicus scoort ook hoog. Bijna één op de vijf experts (19,4 procent) behoort tot deze categorie. Enerzijds bevestigt dit resultaat hetgeen we in onze literatuurstudie al zagen: de macht van de nieuwsbron is een cruciale factor in de selectie

van nieuwsbronnen. Politici worden als autoritaire bron beschouwd en hebben sneller en gemakkelijker toegang tot de nieuwsmedia dan bijvoorbeeld de voxpops. Anderzijds staat het resultaat haaks op onze definitie van een expert. We stelden namelijk dat de experten zelf geen belang mochten hebben bij hun uitspraken, waardoor politici vaak uitgesloten worden. De meest populaire politicus is Vlaams minister-president, Kris Peeters (zie output 10 op cd-rom). Hij komt vijftien keer aan bod in ons corpus. Op de tweede plaats met een frequentie van negen keer vinden we de Minister van Binnenlandse zaken, Joëlle Milquet, en staatssecretaris voor Fraudebestrijding, John Crombez terug. Johan Vande Lanotte en Vincent van de Quickenborne komen elk zeven keer aan bod. Jo Vandeurzen (6), Hilde Crevits (5) en Pascal Smet (5) vervolledigen de top vijf van de populairste binnenlandse politici.



Figuur 14. Percentage soort expert in de 19-uur journaals op Eén, Canvas en VTM in 2012.

Ook aan professoren, wetenschappers en dokters wordt vaak gevraagd om extra informatie te geven bij een nieuwsfeit. Iets minder dan tien procent van de experten hoort thuis in deze categorie. Dit resultaat sluit aan bij de resultaten van onze literatuurstudie. Daarin konden we eerder al lezen dat journalisten vooral beroep doen op deskundigen die betrouwbaar en geloofwaardig zijn. Mark Waer, rector aan de K.U.Leuven, staat op nummer één in de lijst van de populairste professoren (zie output 11 op cd-rom). Hij komt vier keer aan bod. De rector wordt op de voet gevolgd door psychiater Dirk De Wachter (3)

en spoedarts Gerlant Van Berlaer (3). De top drie wordt aangevuld met paleontoloog Anne Schulp, sportarts Chris Goossens, politicoloog Dave Sinardet, professor verbintenissenrecht Ilse Samoy en professor toxicologie Jan Tytgat. Zij komen elk twee keer aan bod. De meeste professoren zijn verbonden aan de Katholieke Universiteit Leuven. Er komen dertien verschillende professoren voor in ons corpus waarbij expliciet verwezen wordt naar deze universiteit.

Er komen ook veel ervaringsdeskundigen aan het woord. Bijna één op de tien experten behoren tot deze categorie. Ervaringsdeskundigen zijn personen die omwille van beroepservaring of ervaring met bepaalde gebeurtenissen geschikt zijn om extra uitleg te geven. Een voorbeeld: Manuel Wouters, oud barman op cruiseschepen, geeft meer uitleg bij een nieuwsitem over het gezonken cruiseschip Costa Concordia (Terzake, maandag 16 januari 2012). Hij vertelt wat de taken van de kapitein op een cruiseschip zijn. Ook Ruth Blanchaert, moeder van een verongelukt kindje, behoort tot de ervaringsdeskundigen (Terzake, woensdag 29 februari 2012). Zij vertelt hoe zij omging met het verlies van haar dochter.

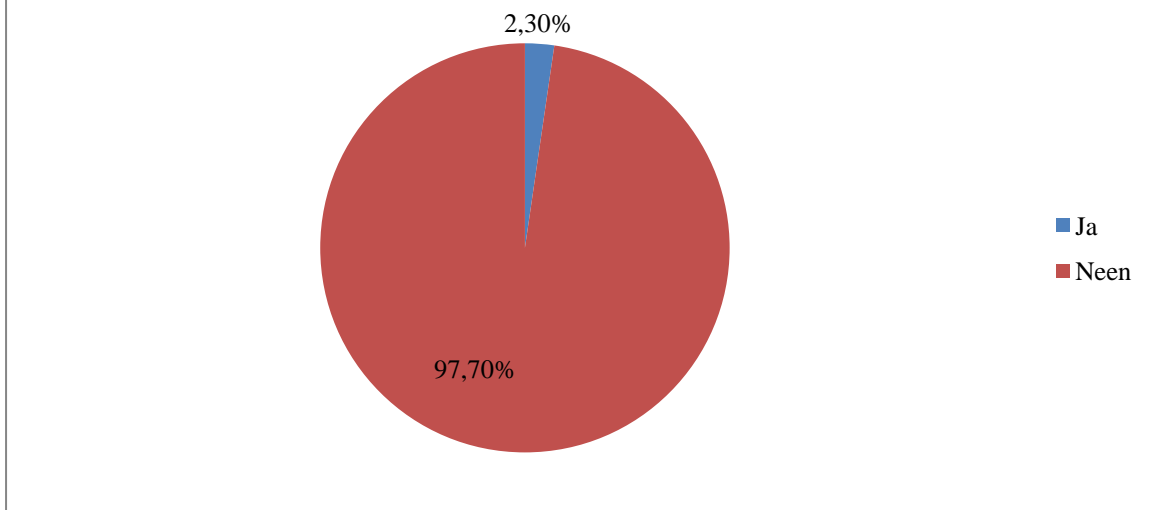
Tegen onze verwachtingen in worden collega-journalisten (3,5 procent) weinig opgevoerd als expert. Uit onze literatuurstudie bleek immers dat collega-journalisten de belangrijkste nieuwsbron voor journalisten zijn. In ons corpus vinden we tien verschillende journalisten terug. Paul D'Hoore, expert financiën, is de meest populaire journalist (zie output 12 op cd-rom). Hij wordt vijf keer gevraagd om een nieuwsfeit te verduidelijken. Gerechtsspecialist Leo Stoops (2) staat op de tweede plaats. De overige acht journalisten komen telkens één keer aan het woord.

3.1.7.Vermelding

Vervolgens lijkt het ons interessant om na te gaan of de journalisten expliciet de deskundigheid van de expert vermelden.

Uit figuur 15 blijkt dat bij slechts 2,3 procent van de deskundigen vermeld wordt dat het om een expert gaat. Bij de meerderheid van de experten wordt er dus geen nadruk gelegd op de deskundigheid (97,7 procent).

Figuur 15: Percentage vermelding experten in de 19-uur journaals op Eén, Canvas en VTM in 2012.



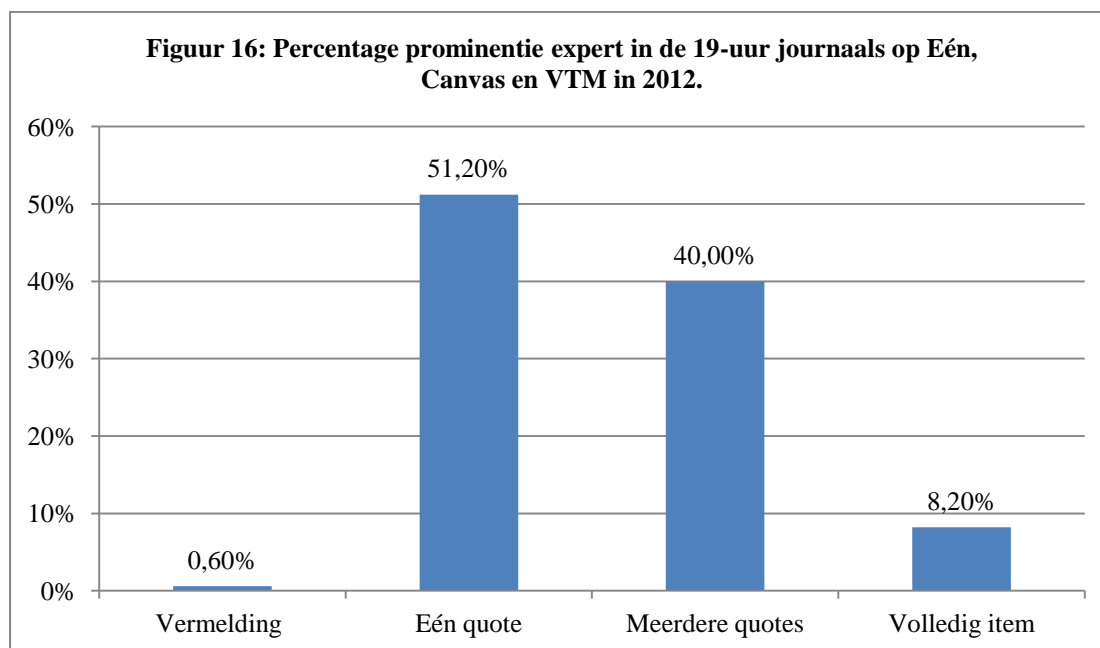
Figuur 15. Percentage vermelding experten in de 19-uur journaals op Eén, Canvas en VTM in 2012.

Wanneer journalisten de expertise van de expert vermelden, kiezen zij vooral voor de woorden ‘specialist’ en ‘expert’ (zie output 14 op cd-rom). In absolute cijfers komt zowel het begrip ‘expert’ als het begrip ‘specialist’ zeven keer voor. Het begrip ‘deskundige’ tellen we twee keer. Enkele voorbeelden: Jef Van Den Berghe (verkeersspecialist), Nico Cool (computerdeskundige), Robert Van De Roer (diplomatieke expert), Leo Stoops (justitiespecialist), Ria Janver (specialist ambtenarenrecht), Paul D’Hoore (expert financiën).

3.1.8.Prominentie

Het achtste en laatste criterium dat ons helpt om een antwoord te formuleren op onze centrale onderzoeksvraag is de prominentie. Komen de experten uitgebreid aan bod of moeten ze hun standpunt in één korte en bondige quote samenvatten?

Figuur 16 toont in welke mate de experten aan bod komen in de Vlaamse nieuwsuitzendingen. Iets meer dan de helft van de experten (51,2 procent) krijgt één quote in de Vlaamse nieuwsuitzendingen om extra uitleg te geven bij een nieuwsfeit. Vier op de tien experten geven in een aantal quotes uitleg bij een nieuwsfeit.



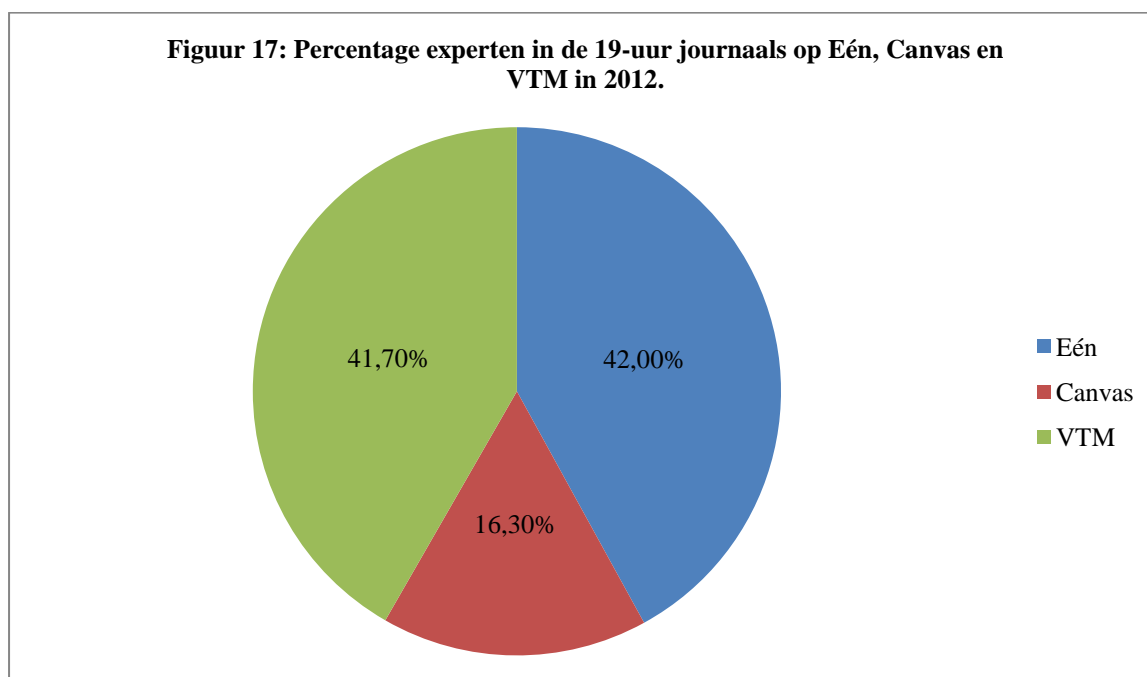
Figuur 16. Percentage prominentie expert in de 19-uur journaals op Eén, Canvas en VTM in 2012.

Een minderheid van 58 experten, wat neerkomt op een aandeel van 8,2 procent, krijgt zelfs een volledig item om extra informatie te geven. Een voorbeeld: Gerechtspsychiater Rudy Verhelst werd uitgenodigd in de studio om meer uitleg te geven over het gezinsdrama van Diest, waarbij een moeder haar kinderen vermoordde (Het Journaal, zaterdag 1 december 2012). In slechts vier gevallen (0,6 procent) wordt enkel de naam van de expert vermeld door de journalist.

3.2. Vergelijking tussen Het Journaal, Terzake en Het Nieuws

Uit ons literatuuronderzoek blijkt dat Het Journaal meer steunt op experts dan de commerciële zender en dat Terzake meer experts aan het woord laat dan Het Journaal. *Hypothese 1: 'Het Journaal' gebruikt vaker experts dan 'Het Nieuws' en 'Terzake' gebruikt vaker experts dan 'Het Journaal'*

Figuur 17 geeft een overzicht van de aanwezigheid van het aantal experts per zender. Als we het aantal experts absoluut bekijken, blijkt dat Eén (297) en VTM (295) het meeste aantal aan het woord laten. Canvas heeft het kleinste aantal experts (115). Dit is een logisch resultaat aangezien we slechts 17 uitzendingen van Terzake analyseerden en 24 uitzendingen van zowel VTM als Eén. Bovendien konden we in onze literatuurstudie al lezen dat het aantal nieuwsitems beperkter is bij Terzake dan bij Het Nieuws en Het Journaal waardoor er minder experts aan het woord komen bij Terzake.



Figuur 17. Percentage experts in de 19-uur journaals op Eén, Canvas en VTM in 2012.

Hierbij moeten we opmerken dat de absolute gegevens van Canvas enerzijds en die van Eén en VTM anderzijds niet vergelijkbaar zijn. Daarom lijkt het ons interessant om het aantal experts relatief te bekijken. Hiervoor tellen we het aantal experts per zender en delen we die door het aantal nieuwsitems per zender. Bij Eén tellen we 297 experts en

486 nieuwsitems. Bij Canvas tellen we 115 experten en 140 nieuwsitems. Bij VTM tellen we 295 experten en 491 nieuwsitems. Hieruit kunnen we besluiten het duidingsmagazine Terzake (82,14 procent), relatief gezien, het meeste aantal experts aan het woord laat. Daarna volgen Het Journaal (61 procent) en Het Nieuws (60 procent).

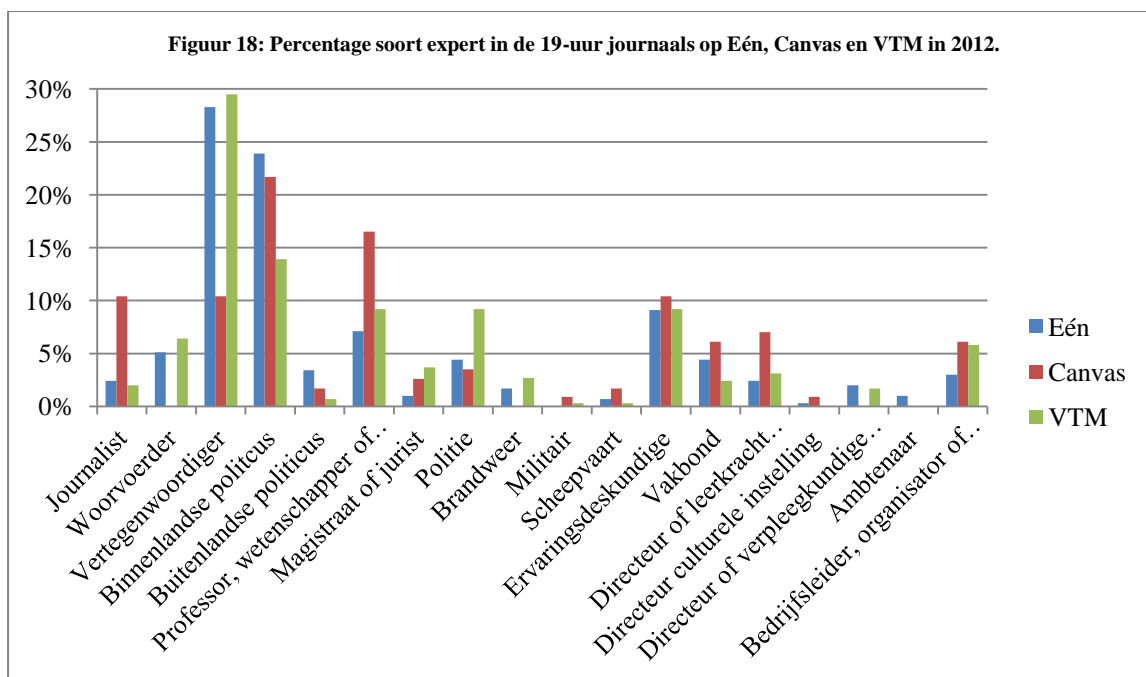
Wanneer we kijken naar de gemiddelde spreektijd van de expert per zender, blijkt dat de deskundigen in Terzake het meeste spreektijd krijgen. Bij het duidingsmagazine spreekt de expert gemiddeld 76 seconden terwijl hij 20 seconden in Het Journaal en in Het Nieuws krijgt (zie output 17, 18 en 19 op cd-rom). Deze resultaten bevestigen hetgeen we eerder al in onze literatuurstudie lazen: bij Terzake mag de expert het langst spreken.

3.2.1.Functie van de expert

Daarnaast lijkt het ons interessant om na te gaan wie er aan bod komt op de verschillende zenders.

Figuur 18 vergelijkt welke soort expert aan bod komt op Eén, Canvas en VTM ($\chi^2=99,975$, $df=34$, $p<0,05$). De journalisten van Eén laten het meest vertegenwoordigers (28,3 procent) en binnenlandse politici (23,9 procent) aan het woord. Net als bij Eén, kiest de commerciële zender vooral voor vertegenwoordigers (29,5 procent). Op Canvas zijn binnenlandse politici (21,7 procent) en professoren, wetenschappers of dokters (16,5 procent) het meest vertegenwoordigd.

Opvallend is dat Canvas (10,4 procent) ook vaak beroep doet op de eigen journalisten, dit in tegenstelling tot Eén (2,4 procent) en VTM (2 procent). Ook professoren, wetenschappers en dokters zijn het best vertegenwoordigd op Canvas (16,5 procent), dit in vergelijking met Eén (7,1 procent) en VTM (9,2 procent). Eén (28,3 procent) en VTM (29,5 procent) kiezen daarentegen vaker voor vertegenwoordigers dan Canvas (10,4 procent).



Figuur 18. Percentage soort expert in de 19-uur journaals op Eén, Canvas en VTM in 2012.

VTM (13,9 procent) laat opvallend minder binnenlandse politici aan het woord. Op Eén (23,9 procent) en Canvas (21,7 procent) worden zij uitgebreider aan bod gelaten. De commerciële zender (9,2 procent) laat daarentegen vaker politiemensen aan het woord, dit in tegenstelling tot Eén (4,4 procent) en Canvas (3,5 procent).

Het aandeel ervaringsdeskundigen is bij de drie zenders gelijklopend. Ongeveer één op de tien experts behoren tot deze categorie.

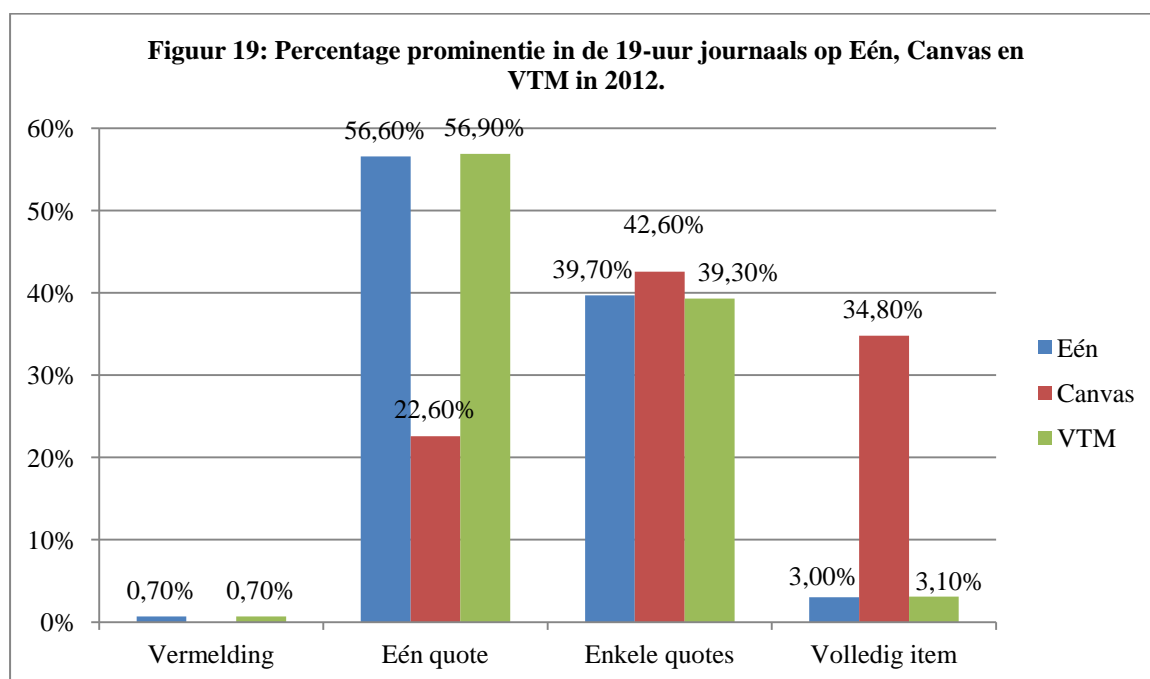
3.2.2. Prominentie van de expert

Een laatste criterium dat ons helpt om een antwoord te formuleren op onze eerste hypothese is de prominentie. Is er een verschil in de mate waarin experts aan bod komen op de verschillende zenders?

Figuur 19 toont in welke mate de expert aan bod komt op Eén, Canvas en VTM ($\chi^2=141,213$, $df=6$, $p<0,05$). Uit deze grafiek kunnen we besluiten dat er weinig verschil bestaat tussen Eén en VTM. Op deze zenders krijgen de experts meestal één quote om extra uitleg te geven bij een nieuwsfeit, respectievelijk 56,6 procent en 56,9 procent. Ook wat betreft experts die

enkele quotes krijgen, zien we een gelijkaardig resultaat bij Eén (39,7 procent) en VTM (39,3 procent).

Op Canvas krijgen de experts het meeste aantal quotes. Het aandeel experts dat een volledig item mag volspreken op Canvas bedraagt maar liefst 34,8 procent. Op Eén en VTM gaat het slechts om drie procent. De verklaring voor dit verschil is eenvoudig. In vergelijking met Eén en VTM, brengt Canvas een kleiner aantal nieuwsitems, maar de nieuwsitems worden er wel uitgebreider besproken.



Figuur 19. Percentage prominentie expert in de 19-uur journaals op Eén, Canvas en VTM in 2012.

3.3. Experts binnen één zender

Uit het literatuuronderzoek blijkt dat er heel wat journalisten teruggrijpen naar een beperkte groep van experts: the usual suspects. Wij verwachten dat dezelfde groep experts steeds terugkeren binnen één medium. De tweede hypothese luidt dan ook als volgt: *Elke zender maakt gebruik van een terugkerende groep experts.*

Zoals eerder al bleek laat Canvas (82,14 procent) relatief gezien meer experts aan het woord dan Eén (61 procent) en VTM (60 procent). Wanneer we kijken naar het aantal terugkerende experts, blijkt het aandeel vrij klein te zijn.

Bij Eén is Kris Peeters de meest voorkomende expert. Hij komt zeven keer aan bod. Joelle Milquet en Johan Vande Lanotte komen elk vijf keer aan bod. Jo Vandeurzen en John Crombez komen elk vier keer aan het woord. Vier andere experts komen drie keer aan bod en zeventien andere experts komen twee keer aan bod. Dat wil zeggen dat er op Eén 252 unieke experts voorkomen en dat amper zeventien experts meerdere malen terugkeren (zie output 22 op cd-rom).

Bij Canvas staan twee experts op de eerste plaats. Zowel John Crombez als Kris Peeters komen elk drie keer aan bod. Dave Sindaret, Dirk De Wachter, Gert Cockx, Leo Stoops, Michiel Vos, Patriek Delbaere tellen we elk twee keer. Op deze zender komen er in totaal 105 verschillende experts aan bod en keren acht experts terug (zie output 23 op cd-rom).

Bij VTM scoren Kris Peeters en Paul D'Hoore het hoogst. Zij komen elk vijf keer aan bod. Sofie Van Damme volgt op de voet met een frequentie van vier keer. Zes andere experts worden elk drie keer geraadpleegd en achttien andere experts worden twee keer geraadpleegd. De commerciële zender laat dus 254 verschillende experts aan het woord en laat er 27 terugkeren (zie output 24 op cd-rom).

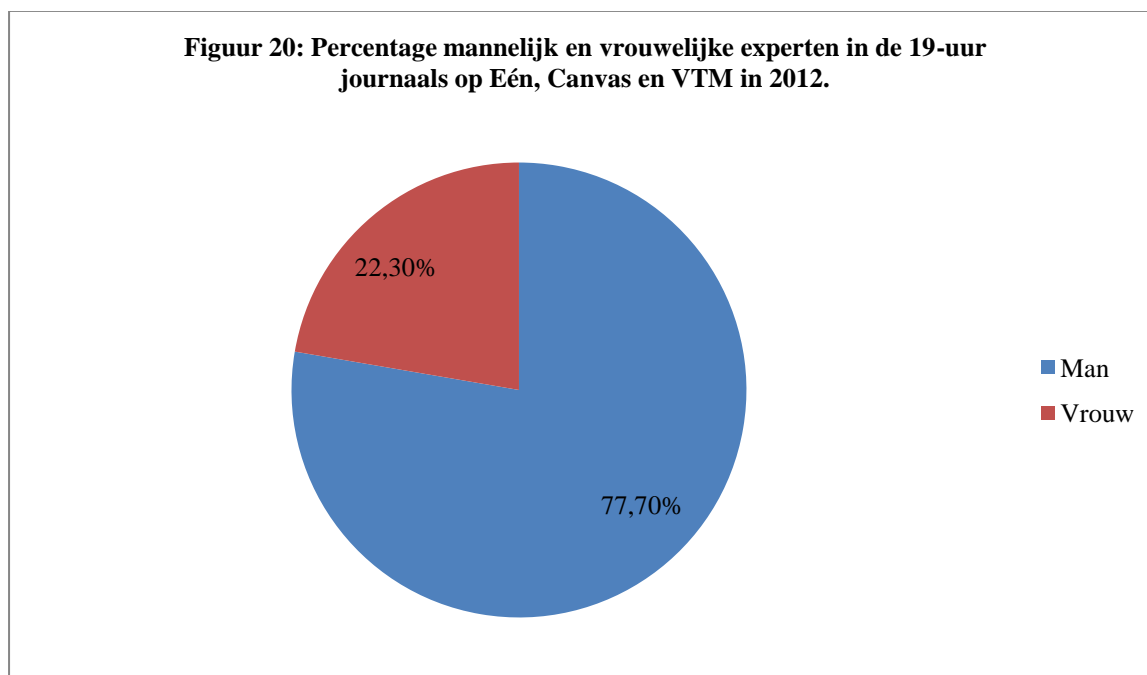
Naast de absolute cijfers lijkt het ons interessant om na te gaan hoeveel de procentuele frequentie van de terugkerende groep experts per zender bedraagt. Op Eén (23,9

procent) en VTM (23,1 procent) komen bijna één op de vier geraadpleegde experten terug in een andere nieuwsuitzending. Bij Canvas ligt het percentage lager (15,7 procent).

3.4.Mannelijke versus vrouwelijke experten

Uit ons literatuuronderzoek stellen we dat vrouwelijke experten sterk ondervertegenwoordigd zijn ten opzichte van hun mannelijke tegenhangers. Wij verwachten dan ook dat het geval zal zijn bij onze data. Onze derde hypothese luidt dan ook als volgt: *Er komen meer mannelijke dan vrouwelijke experten aan bod.*

Figuur 20 toont de verhoudingen in het aantal keer dat mannelijke en vrouwelijke experten in het afgelopen jaar het woord kregen in het Vlaamse televisienieuws. Hieruit blijkt dat het Vlaamse televisienieuws sterk gedomineerd wordt door mannen. Slechts 22,3 procent van alle experten is vrouwelijk terwijl 77,7 procent mannelijk is.



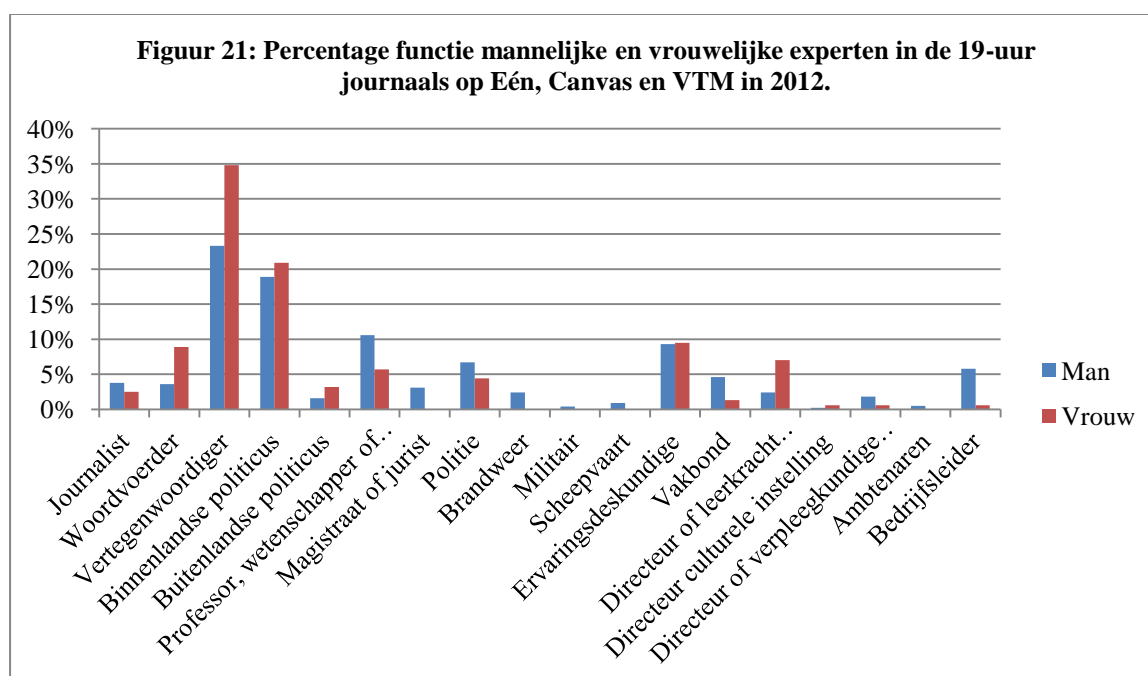
Figuur 20. Percentage mannelijke en vrouwelijk experten in de 19-uur journaals op Eén, Canvas en VTM in 2012.

Het lijkt ons ook interessant om na te gaan of er een verschil is tussen de zenders (zie output 26 op cd-rom; $\chi^2=0,941$, $df=2$, $p>0,05$). Het is duidelijk dat de mannelijke experten op de drie zenders een duidelijk overwicht hebben. Ondanks de minieme verschillen tussen beide zenders laat Eén (23,6 procent) iets meer vrouwen aan het woord dan VTM (22,4 procent) en Canvas (19,1 procent). Bij Canvas (80,9 procent) komen

daarentegen het meest aantal mannelijke deskundigen aan het woord. Daarna volgen VTM (77,6 procent) en Eén (76,4 procent).

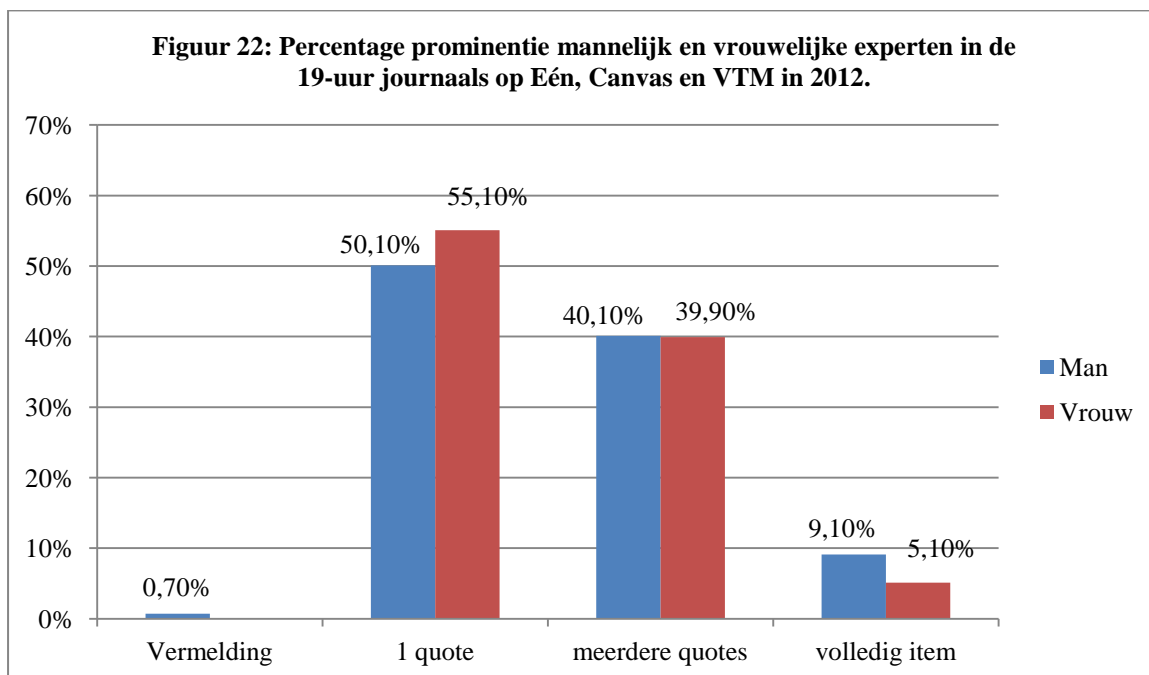
Vrouwen trekken dus minder dan één vierde van de totale aandacht naar zich toe. Maar wie zijn die vrouwen dan? Figuur 21 toont in welke rol vrouwen in het nieuws aan het woord gelaten worden ($\chi^2=51,299$, $df=17$, $p<0,05$). Het is duidelijk dat vrouwen vooral in de rol van vertegenwoordiger (34,8 procent) en binnenlandse politicus (20,9 procent) worden opgevoerd. In ons corpus worden vrouwen nooit als magistraat, brandweervrouw, militair, kapitein of ambtenaar aan het woord gelaten. Net zoals de vrouwelijke experten komen de mannelijke deskundigen vooral in de rol van vertegenwoordiger (23,3 procent) en binnenlandse politicus (18,9 procent) aan bod.

In vergelijking met de vrouwelijke experten komen mannen vaker aan bod als professor (verschil=4,9 procent), magistraat (3,1 procent), brandweer (2,4 procent), vakbond (3,3 procent) en bedrijfsleider (5,2 procent). Vrouwen komen daarentegen meer aan het woord als vertegenwoordiger (11,5 procent), woordvoerder (5,3 procent), directeur of leerkracht (4,6 procent) en als politici (3,6 procent).



Figuur 21. Percentage functie mannelijk en vrouwelijk experten in de 19-uur journaals op Eén, Canvas en VTM in 2012.

Over het algemeen zijn vrouwen dus sterk ondervertegenwoordigd in de Vlaamse televisienieuwsuitzendingen. Maar zou het misschien kunnen dat vrouwelijke experten prominenter aanwezig zijn als ze aan het woord worden gelaten? Figuur 22 toont de prominentie van de expert per geslacht ($\chi^2=4,191$, $df=3$, $p>0,05$). Hieruit blijkt dat mannen prominenter aan bod komen dan vrouwen. Alleen bij het gebruik van één enkele quote zijn de vrouwelijke experten in ons corpus duidelijk in de meerderheid.



Figuur 22. Percentage prominentie mannelijk en vrouwelijke experten in de 19-uur journaals op Eén, Canvas en VTM in 2012.

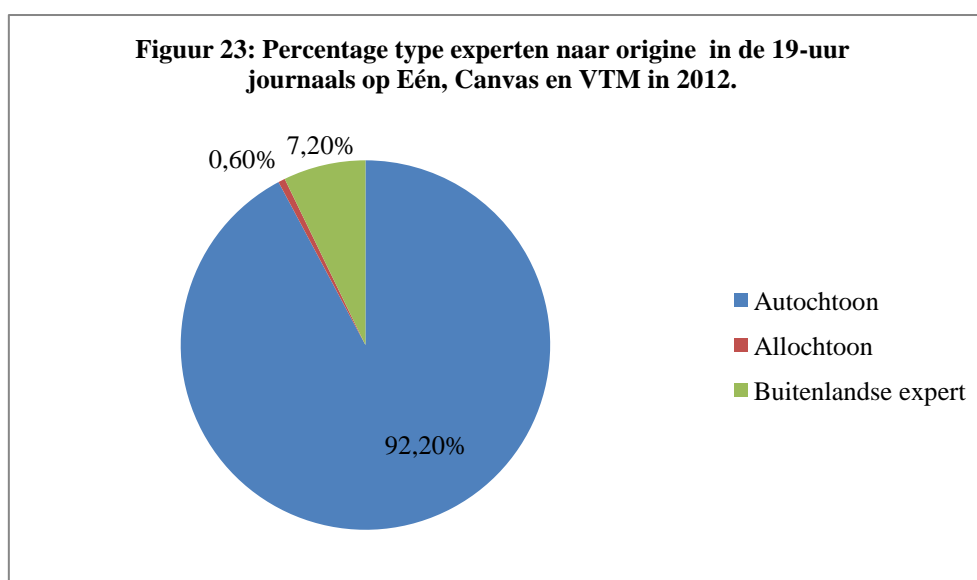
Wanneer we kijken naar de gemiddelde lengte van een quote zien we een verschil tussen de mannelijke en vrouwelijke expert (zie output 29 en 30 op cd-rom). Een mannelijke expert komt gemiddeld 44 seconden aan het woord. Een vrouwelijke expert komt gemiddeld 36 seconden aan het woord. De T-test wijst echter uit dat het verschil niet significant is (zie output 31 op cd-rom; $t=1,482$, $p>0,05$).

3.5. Autochtone versus allochtone experts

Uit ons literatuuronderzoek blijkt dat allochtonen zelden als expert worden opgevoerd. Deze vaststelling leidt tot onze vierde hypothese: *Er komen meer autochtone dan allochtone experts aan bod.*

In ons onderzoek onderscheiden we drie soorten experts naar origine. Ten eerste is er de autochtone expert. Dit zijn alle deskundigen die de Belgische nationaliteit hebben. Een tweede groep zijn de allochtone experts. Het gaat om deskundigen waarvan zijzelf of hun ouders geboren zijn in een ander land dan België maar wel hun verblijfplaats hebben in ons land. Een laatste type deskundige is de buitenlandse expert. Dit zijn alle deskundigen die in het buitenland wonen. Voorbeelden van buitenlandse experts zijn buitenlandse politici en de woordvoerder van de Costa Concordia.

Figuur 23 toont de verhoudingen in het aantal keer dat die drie types actoren in het afgelopen jaar het woord kregen in de Vlaamse nieuwsuitzendingen. Hieruit blijkt dat de Vlaamse nieuwsuitzendingen nog steeds de witte kaart trekken. Ruim negen op de tien experts zijn autochtoon. Allochtone experts daarentegen komen slechts drie keer aan het woord. Zij vertegenwoordigen amper 0,4 procent van het totaal aantal experts.



Figuur 23. Percentage expert naar origine in de 19-uur journaals op Eén, Canvas en VTM in 2012.

Het lijkt ons ook interessant om na te gaan op welke zender(s) de allochtone experten het meest aan bod kwamen (zie output 33 op cd-rom). Hoewel het hier om een klein aantal gaat en dus niet van een statistische significantie kunnen spreken, vinden we het toch interessant om de voornaamste gegevens kort te bespreken. Twee van de drie allochtone experten komen op Canvas aan bod. De andere allochtone expert treffen we aan bij de commerciële zender. Opvallend is dat op Eén geen allochtone experten aan bod komen, en dit ondanks het feit dat de openbare omroep een duidelijke opdracht kreeg van de Vlaamse Gemeenschap om de diversiteit van de samenleving aan bod te laten komen in de uitzendingen.

Wanneer we kijken naar de rol waarin allochtone experten aan bod komen, zien we in geen enkel item de allochtone expert expliciet als allochtoon werd opgevoerd (zie output 34,35 en 36 op cd-rom). Onze eerste allochtone expert is Narima Charkaoui, directrice van het Minderhedenforum. Zij komt aan het woord in een nieuwsitem over het lage aantal allochtone politici (Terzake, donderdag 26 januari 2012). De andere expert die op Canvas aan bod komt, is marketeer Hakim Zemni (Terzake, donderdag 20 september 2012). Chokri Mahassine is de derde allochtone expert in ons corpus (Het Nieuws, donderdag 26 januari 2012). Hij werd als organisator van Pukkelpop geïnterviewd over de Pukkelpopramp door de commerciële omroep.

Over de prominentie van de allochtone expert kunnen we ook geen sluitend antwoord vormen (zie output 37 op cd-rom). De organisator van Pukkelpop komt slechts één maal aan het woord terwijl de directrice van het Minderhedenforum meerdere malen haar zeg mag doen in één nieuwsitem. Marketeer Hakim Zemni spreekt daarentegen een heel nieuwsitem vol.

Tot slot worden de allochtone deskundigen op Canvas niet geconfronteerd met een andere expert. Bij VTM wordt de allochtone expert wel geconfronteerd met een andere deskundige (zie output 38 op cd-rom). Expliciete vermeldingen van de deskundigheid van de allochtone experten worden niet weergegeven (zie output 39 op cd-rom).

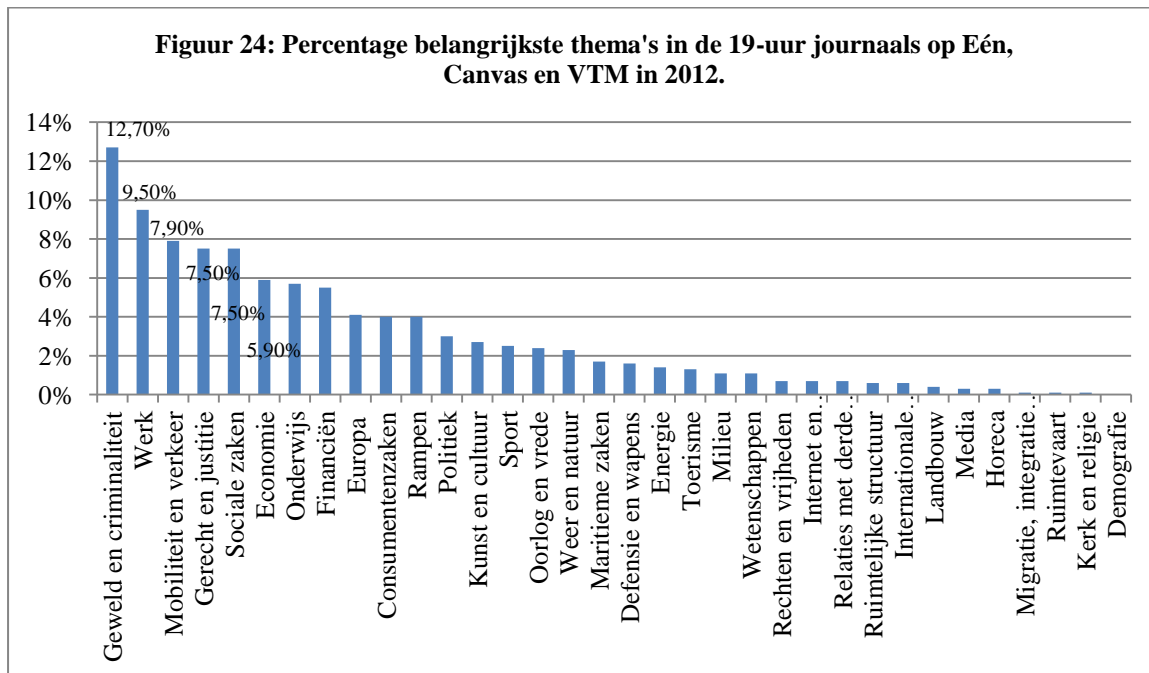
3.6. Thema's

Uit ons literatuuronderzoek blijkt dat experts vaker opgevoerd worden bij thema's als politiek, economie en werk. Dit leidt tot onze vijfde en laatste hypothese: *Experten komen aan vaker aan bod bij thema's als politiek, economie en werk.*

In dit onderzoek onderscheiden we 36 soorten thema's. Sommige thema's hebben wat verduidelijking nodig. Onder het thema gerecht en justitie behoren de volgende subthema's: organisatie van het gerecht, organisatie van de politiediensten, preventie van criminaliteit, drugsbeleid, beleid rond detentie, repressie en controles in verband met criminaliteit en strafrechtelijke aangelegenheden. Ook het thema geweld en criminaliteit is zeer breed: bommeldingen, bomaanslagen, burgerlijke geschillen, fraude, brandstichting, vandalisme, inbraken, moord (poging), verkrachtingen, drugshandel, overvallen, gezinsdrama's, piraterij. Onder de noemer sociale zaken vallen de volgende subthema's: gezondheidsbeleid, voedselveiligheid, armoede, nieuwe medicijnen, welzijn, pensioenen, werkloosheidsuitkering.

Figuur 24 geeft een overzicht van de belangrijkste thema's in het Vlaamse televisienieuws waarbij experts aan het woord gelaten worden. De absolute koploper is geweld en criminaliteit met 12,7 procent. Na criminaliteit is werk het meeste populaire thema met 9,5 procent van de aandacht. Ongeveer 8 procent van de aandacht gaat naar mobiliteit en verkeer. Daarna volgen gerecht en justitie (7,5 procent), sociale zaken (7,5 procent), economie (5,9 procent), onderwijs (5,7 procent) en financiën (5,5 procent). De thema's landbouw (0,4 procent), media (0,3 procent), horeca (0,3 procent), migratie en integratie (0,1 procent), ruimtevaart (0,1 procent) en kerk en religie (0,1 procent) scoren het laagst. Het thema demografie komt zelfs helemaal niet voor.

Deze resultaten zijn opvallend aangezien we in onze literatuurstudie leerden dat experts vooral bij de thema's politiek, werk of economie opduiken. Het thema werk (9,5 procent) en economie (5,9 procent) scoren hoog maar het thema politiek (3,0 procent) krijgt opvallend minder aandacht. Een mogelijke verklaring voor dit verschil ligt bij het nieuwsaanbod van de geselecteerde nieuwsuitzendingen.

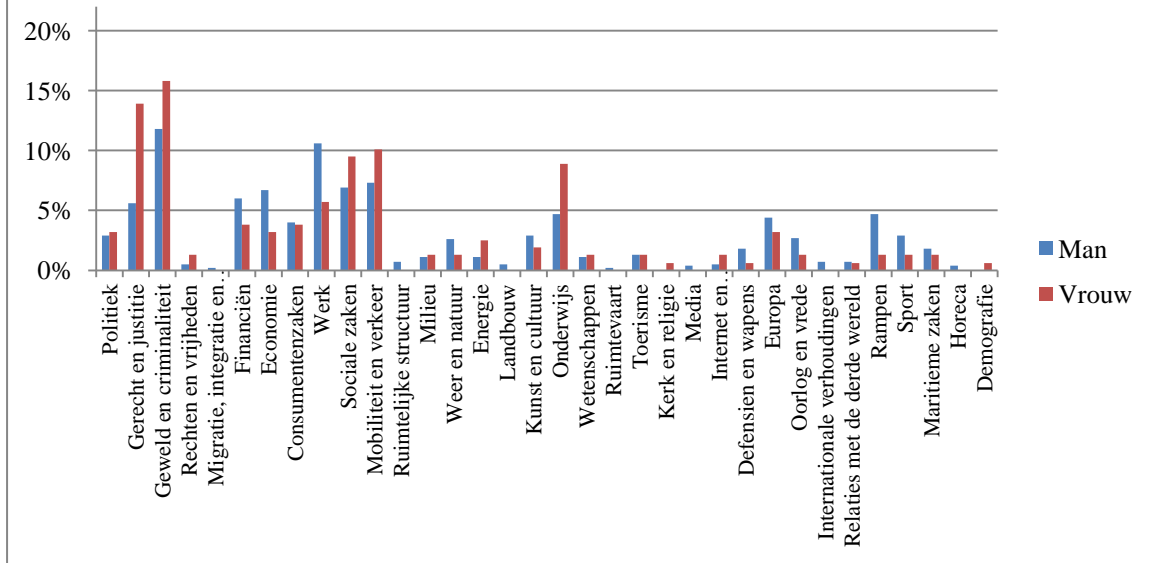


Figuur 24. Percentage belangrijkste thema's in de 19-uur journaals op Eén, Canvas en VTM in 2012.

Figuur 25 toont per thema aan hoe vaak een mannelijke of vrouwelijke expert het woord krijgt ($\chi^2=46,917$, $df=32$, $p>0,05$). Opmerkelijk is dat vrouwen hoger scoren op sommige typische mannelijke, hardere thema's. In nieuwsitems over geweld en criminaliteit (15,8 procent), gerecht en justitie (13,9 procent) en mobiliteit en verkeer (10,1 procent) komen vrouwen vaker aan bod dan hun mannelijke collega's, respectievelijk 11,8 procent, 5,6 procent en 7,3 procent.

Toch worden vrouwelijke experten nog vaak opgevoerd bij de typisch vrouwelijke, zachtere thema's: sociale zaken (9,5 procent) en onderwijs (8,9 procent). De mannelijke experten scoorden op deze thema's respectievelijk 6,9 procent en 4,7 procent. Bij de thema's werk (verschil 4,9 procent), rampen (3,4 procent), economie (3,5 procent), financiën (2,2 procent), sport (1,6 procent), oorlog en vrede (1,4 procent) en energie (1,4 procent) worden meer mannelijke dan vrouwelijke experten opgevoerd.

Figuur 25: Percentage mannelijke en vrouwelijke experten in de belangrijkste thema's aan het woord in de 19-uur journaals op Eén, Canvas en VTM in 2012.

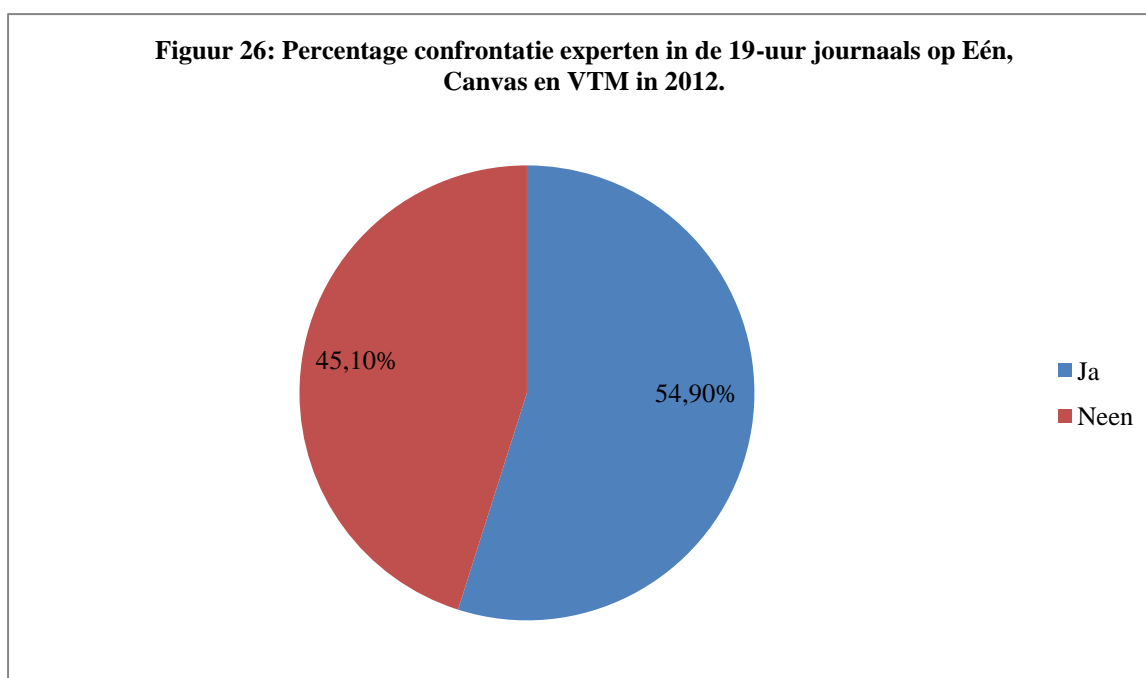


Figuur 25. Percentage mannelijk en vrouwelijke experten in de belangrijkste thema's aan het woord in de 19-uur journaals op Eén, Canvas en VTM in 2012

3.7.Aantal experten per nieuwsitem

Naast de centrale onderzoeksvraag en de vijf hypotheses formuleerden we nog een onderzoeksvraag die we aan onze gegevens toetsen. Deze onderzoeksvraag peilt naar het aantal experten per nieuwsitem. We vragen ons namelijk af of journalisten één deskundige aan het woord laten of kiezen voor een confrontatie van meerdere opinies. De eerste onderzoeksvraag luidt dan ook als volgt: *Komt er meer dan één expert aan bod per nieuwsitem?*

Figuur 26 geeft het percentage experten die wel of niet geconfronteerd werden met een andere deskundige in hetzelfde nieuwsitem. Hieruit blijkt dat journalisten, met een miniem verschil, vaker kiezen om meerdere experten aan het woord te laten in een nieuwsitem (54,9 procent)



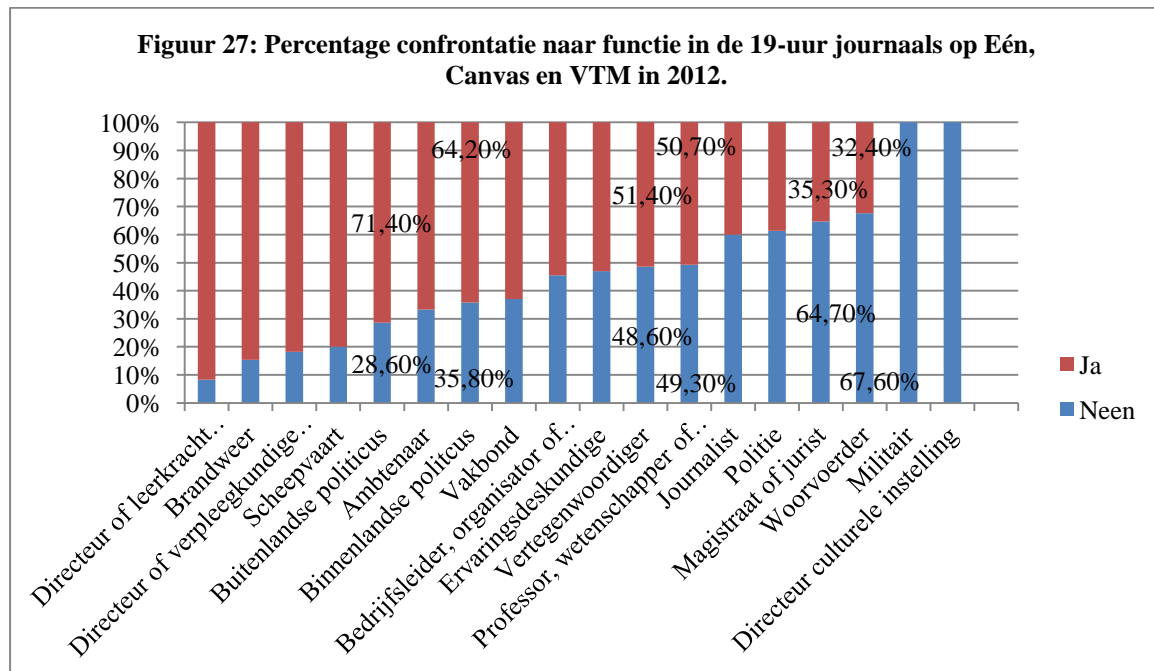
Figuur 26. Percentage confrontatie experten in de 19-uur journaals op Eén, Canvas en VTM in 2012.

Het lijkt ons ook interessant om na te gaan of bepaalde experten vaker alleen aan het woord werden gelaten of juist meer geconfronteerd werden met andere experten ($\chi^2=52,384$, $df=17$, $p<0,05$). Figuur 27 toont dat maar liefst 67,6 procent van de woordvoerders alleen aan het woord komen. Bij de categorie vertegenwoordigers is er een miniem verschil tussen zij die alleen aan het woord komen (48,6 procent) en zij die

geconfronteerd worden met een andere expert (51,4 procent). Deze resultaten staan haaks op onze bevindingen van onze literatuurstudie. Deze twee categorieën vertegenwoordigen immers de belangen van een instelling waardoor ze als minder betrouwbaar en geloofwaardig beschouwd worden. De meningen van een woordvoerder of vertegenwoordiger zouden dus juist vaker aangevuld moeten worden met de mening van een andere expert.

Ook bij de professoren, wetenschappers en dokters bestaat er een klein en verwaarloosbaar verschil. Ondanks hun deskundigheid en hun betrouwbare en geloofwaardige imago worden zij in iets meer dan de helft van de gevallen (50,7 procent) geconfronteerd met een andere expert.

De theorie dat een deskundige, gezaghebbende en betrouwbare bron vaker alleen aan het woord gelaten wordt, is daarentegen wel van toepassing op de categorie magistraten en juristen. In slechts één op de drie gevallen (35,3 procent) worden zij geconfronteerd met de opinie van een andere expert.



Figuur 27. Percentage confrontatie naar functie in de 19-uur journaals op Eén, Canvas en VTM in 2012.

Opvallend is dat politici bijna nooit alleen aan bod kwamen. Bij de categorie binnenlandse politici wordt 64,2 procent geconfronteerd met andere deskundigen terwijl 35,8 procent niet geconfronteerd wordt met een andere expert. We noemen dit opvallend omdat we ervan uitgaan dat politici liever alleen aan het woord worden gelaten zodat ze zich duidelijker kunnen profileren als een deskundige en betrouwbare bron.

3.8. Besluit resultaten

In dit hoofdstuk kwamen de resultaten van de analyses van de nieuwsuitzendingen uitgebreid aan bod. De resultaten stellen ons in staat een antwoord te formuleren op de onderzoeksvragen en hypothesen.

Ons corpus van 65 Vlaamse nieuwsuitzendingen van Het Journaal, Terzake en Het Nieuws levert 707 experten op. Uit de analyse blijkt dat journalisten in de meerderheid van de gevallen uit een grote pool van deskundigen kiest en dat maar een klein aantal experten terugkeert. Er blijkt dus geen sprake te zijn van een terugkerende groep usual suspects.

Verder blijkt dat er een grote variatie is in de groep experten. Zo keren sommige deskundigen meerdere keren terug terwijl andere deskundigen slechts een keer aan bod komen. Daarnaast blijken de experten tot maar liefst achttien categorieën te behoren. De meerderheid van de deskundigen behoren tot de categorie vertegenwoordigers en de categorie binnenlandse politici.

Uit onze resultaten blijkt eveneens dat er verschillen bestaan tussen de drie zenders. Zo laat Terzake relatief meer experten aan het woord dan Het Journaal en Het Nieuws en zijn sommige deskundigen beter vertegenwoordigd op Canvas dan op Eén en VTM.

De resultaten tonen ook dat vrouwelijke en allochtone deskundigen nog steeds ondervertegenwoordigd zijn in de Vlaamse nieuwsuitzendingen. Tot slot komen experten vooral aan bod bij nieuwsitems over geweld en criminaliteit, werk en mobiliteit en verkeer.

In het volgende en laatste hoofdstuk komen de resultaten van ons onderzoek nog eens uitgebreid aan bod. Daarnaast doen we ook aanbevelingen voor verder onderzoek.

4. Conclusie

Met het onderzoek analyseerden we de aanwezigheid van experts in 65 Vlaamse nieuwsuitzendingen van Het Journaal, Terzake en Het Nieuws in 2012. Voor de analyse van de nieuwsboodschappen maakten we gebruik van een kwantitatieve inhoudsanalyse. Dit leek ons de meest geschikte methode aangezien de centrale onderzoeksvraag zich vooral concentreert op de mate waarin experts aan bod komen in de nieuwsberichtgeving van Eén, VTM en Terzake.

Uit onze literatuurstudie blijkt dat heel wat journalistieke handboeken op het belang van betrouwbare, geloofwaardige en autoritaire nieuwsbronnen duiden. De expert voldoet aan deze eisen en dit verklaart meteen waarom experts zo populair zijn bij journalisten. Uit Vlaams onderzoek blijkt eveneens dat experts prominent aanwezig zijn in het televisienieuws. Experts worden dus vaak geraadpleegd door journalisten maar onderzoekers waarschuwen voor het feit dat journalisten steeds terugvallen op een kleine groep experts: the usual suspects. Verder blijkt uit onze literatuurstudie dat vrouwelijke en allochtone experts nauwelijks aan bod komen in de Vlaamse nieuwsuitzendingen. Ook verschillen de zenders onderling op het vlak van het soort actor dat ze aan het woord laten en worden experts vooral aan het woord gelaten bij nieuwsitems over politiek, werk en economie.

Op basis van onze literatuurstudie stelden we een centrale onderzoeksvraag op: in welke mate en op welke manier maken Vlaamse televisienieuwsuitzendingen gebruik van experts in de nieuwsberichtgeving?

We tellen maar liefst 707 deskundigen in ons corpus van 65 nieuwsuitzendingen. Slechts 99 deskundigen komen meerdere malen aan bod. Bij die 99 voorbeelden gaat het meestal om een deskundige die voor een tweede keer aan bod komt (62). Toch zijn er enkele uitschieters zoals Vlaams minister-president Kris Peeters, die vijftien keer terugkeert. Of Minister van Binnenlandse Zaken, Joëlle Milquet en staatssecretaris voor Fraudebestrijding, John Crombez die elk negen keer terugkomen. Johan Vande Lanotte, Minister van Economie en Vincent Van Quickenborne, Minister van Pensioenen, keren elk

zeven keer terug. Het blijkt dus dat de journalist in de meerderheid van de gevallen uit een grote pool van experts kiest en dat maar een klein aantal experts terugkeert.

De deskundigen blijken vooral vertegenwoordigers van bedrijven, federaties of andere instellingen te zijn (25,9 procent). Binnenlandse politici (19,4 procent) worden ook vaak gecontacteerd door journalisten omwille van hun expertise. Ook aan professoren, wetenschappers en dokters (9,5 procent) wordt vaak gevraagd om extra informatie te geven bij een nieuwsfeit.

Hoewel er in absolute cijfers heel wat experts aan bod komen, stellen we bij de prominentie vast dat hun aandeel toch redelijk beperkt blijft. De meeste deskundigen worden slechts één (51,2%) of enkele keren (40%) aan het woord gelaten door de journalist. Een minderheid van 58 experts, wat neerkomt op een aandeel van 8,2 procent, krijgt een volledig item om extra informatie te geven.

Uit ons onderzoek blijkt dat experts vooral op donderdag (145), woensdag (119) en vrijdag (116) aan bod komen. Tijdens het weekend worden er veel minder experts opgevoerd, zaterdag (65) en zondag (72). Verder tonen de resultaten dat de expert gemiddeld 23 seconden aan het woord komt, meestal in de eerste items van de nieuwsuitzendingen en voornamelijk in een beeldreportage. Bij de overgrote meerderheid van de experts wordt de expertise niet expliciet vermeld (97,7 procent).

Naast de centrale onderzoeksvraag formuleerden we nog vijf hypotheses. Uit het onderzoek van De Smedt, Hooghe en Walgraeve (april 2011) bleek dat op Eén meer experts aan het woord worden gelaten dan op VTM. Uit een andere studie van het ENA (Vos, De Smedt, Hooghe & Walgraeve, oktober 2012) bleek dan weer dat op Terzake meer experts aan bod komen dan in Het Journaal. Dit leidde tot de eerste hypothese: *Hypothese 1: 'Het Journaal' gebruikt vaker experts dan 'Het Nieuws' en 'Terzake' gebruikt vaker experts dan 'Het Journaal'.*

Uit de absolute cijfers blijkt dat Eén (297) en VTM (295) meer experts aan het woord laten dan Canvas (115). Het absolute cijfer is echter geen geldende basis voor de vergelijking van het aantal experts. Daarom lijkt het ons interessanter om het aantal experts relatief te bekijken. Uit onze berekeningen blijkt dat Terzake relatief gezien meer experts aan het woord laat dan Het Journaal en Het Nieuws. In ongeveer acht op de tien nieuwsitems van Terzake (82,14 procent) worden experts opgevoerd. Bij Het Journaal en Het Nieuws ligt dit aandeel lager, respectievelijk 61 en 60 procent. Onze resultaten bevestigen maar deels de tweede hypothese: Eén en VTM staan op dezelfde

lijn, maar Canvas gebruikt duidelijk meer experten dan Eén. Bovendien krijgt de expert op Canvas het meeste spreektijd. Hij spreekt gemiddeld 76 seconden terwijl hij 20 seconden krijgt op Eén en VTM

Wanneer we kijken naar het soort expert dat aan het woord wordt gelaten, zien we zowel gelijkenissen als verschillen tussen Eén en VTM. De vertegenwoordigers scoort zowel op de openbare omroep (28,3 procent) als de commerciële omroep (29,5 procent) het hoogst. VTM (13,9 procent) laat opvallend minder binnenlandse politici aan het woord dan Eén (23,9 procent). De commerciële zender (9,2 procent) laat daarentegen vaker politiemensen aan het woord dan Eén (4,4 procent).

Bij een vergelijking tussen Eén (23,9 procent) en Canvas (21,7 procent), zien we dat de binnenlandse politici op beide zenders het meest vertegenwoordigd zijn. In vergelijking met Het Journaal (2,4 procent) doet Terzake (10,4 procent) vaker beroep op journalisten. Ook professoren, wetenschappers en dokters komen uitgebreider aan bod op Canvas (16,5 procent) dan op Eén (7,1 procent). Vertegenwoordigers komen dan weer meer aan het woord op Eén (28,3 procent) dan op Canvas (10,4 procent).

Wanneer we kijken in welke mate de expert aan bod komt, zien we een verschil tussen de gegevens van Canvas enerzijds en die van Eén en VTM. Op Canvas krijgen de experten het meeste aantal quotes. Het aandeel experten dat een volledig item mag volspreken op Canvas bedraagt maar liefst 34,8 procent. Op Eén en VTM gaat het slechts om 3 procent.

Uit het literatuuronderzoek bleek ook dat er heel wat journalisten teruggrijpen naar een beperkte groep van experten: the usual suspects. We verwachtten dat dezelfde groep experten steeds terugkeren binnen één medium: *Hypothese 2: Elke zender maakt gebruik van een terugkerende groep experten.*

Uit de resultaten blijkt dat bijna één op vier experten bij VTM en Eén terugkeren. Bij Canvas gaat het ongeveer om één op zes. Hieruit kunnen we concluderen dat journalisten een kleine groep experten laat terugkeren maar daarnaast uit een brede waaier van experten kiest. Onze tweede hypothese kunnen we dus niet bevestigen.

Wanneer we de top drie van de meest populaire experten per zender vergelijken, zien we dat bij elke zender een binnenlandse politicus - meer bepaald Kris Peeters - op een eerste (gedeelde) plaats staat. Op Eén bestaat de top drie bovendien enkel uit binnenlandse politici. In de top drie van Canvas en VTM vinden we meer variatie. Op Canvas vinden naast de binnenlandse politici onder meer een politicoloog, een psychiater en een

gerechtsjournalist terug. Op VTM vervulde een financiële expert en een vertegenwoordiger de top drie.

De Smedt, Hooghe en Walgraeve (2011) stelden eveneens dat vrouwelijke experten sterk ondervertegenwoordigd zijn ten opzichte van hun mannelijke tegenhangers. We verwachtten dan ook dat dit het geval zal zijn bij onze data. *Hypothese 3: Er komen meer mannelijke dan vrouwelijke experten aan bod.*

Uit onze resultaten blijkt dat vrouwelijke experten nog steeds sterk ondervertegenwoordigd zijn. Slechts 22,3 procent van alle experten is vrouwelijk terwijl 77,7 procent mannelijk is. Onze derde hypothese kunnen we dan ook met zekerheid bevestigen.

Het is duidelijk dat vrouwen vooral in de rol van vertegenwoordiger (34,8 procent) en binnenlandse politicus (20,9 procent) worden opgevoerd. In ons corpus worden vrouwen nooit in de rol van magistraat, brandweervrouw, militair, kapitein of ambtenaar aan het woord gelaten.

Devroe (2007) stelde vast dat allochtonen zelden als expert worden opgevoerd. Deze vaststelling leidde tot onze vierde hypothese: *Hypothese 4: Er komen meer autochtone dan allochtone experten aan bod.*

Uit onze resultaten blijkt dat allochtonen zelden als expert in de Vlaamse televisienieuwsuitzendingen worden opgevoerd. In ons corpus tellen we slechts 3 allochtone experten, dat komt neer op een aandeel van 0,60 procent. Onze vierde hypothese kunnen we met zekerheid bevestigen.

Twee van de drie allochtone experten komen op Canvas aan bod. De andere allochtone expert treffen we aan bij de commerciële zender. Opvallend is dat op Eén geen allochtone experten aan bod komen, en dit ondanks het feit dat de openbare omroep een duidelijke opdracht kreeg van de Vlaamse Gemeenschap om de diversiteit van de samenleving aan bod te laten komen in de uitzendingen.

Uit het onderzoek van De Smedt, Hooghe en Walgraeve (2011) bleek dat experten vaker opgevoerd bij thema's als politiek, economie en werk. Dit leidde tot onze vijfde en laatste hypothese: *Hypothese 5: Expert komen aan bod bij thema's als politiek, economie en werk.*

Uit onze resultaten blijkt dat experts het meest aan bod komen bij thema's als geweld en criminaliteit (12,7 procent), werk (9,5 procent) en mobiliteit en verkeer (7,9 procent). Het thema economie staat op de zesde plaats met 5,90 procent. Politiek krijgt slechts 3 procent van de aandacht. De vijfde hypothese kan dus niet bevestigd worden.

Naast deze hypothesen formuleerden we ook nog een onderzoeksvraag. We vroegen ons af hoeveel experts er aan bod komen per nieuwsitem. De volgende onderzoeksvraag luidde dan ook als volgt: *Onderzoeksvraag 1: Komt er meer dan één expert aan bod per nieuwsitem?*

Uit onze resultaten blijkt dat journalisten iets vaker meerdere experts aan het woord laten in een nieuwsitem (54,9 procent). Het antwoord op deze onderzoeksvraag is positief.

Ons onderzoek leverde heel wat kwantitatieve resultaten op en geeft ons inzicht in de aanwezigheid van experts in de Vlaamse nieuwsuitzendingen van Het Journaal op Eén, Terzake op Canvas en Het Nieuws op VTM. Een combinatie van kwantitatief onderzoek en kwalitatief onderzoek zou ons daarentegen een nog vollediger beeld kunnen geven. Daarom lijkt het ons interessant om verder kwalitatief onderzoek uit te voeren naar het optreden van experts in televisienieuwsuitzendingen. Hierbij denken we bijvoorbeeld aan diepte-interviews met journalisten, waarin wordt gepeild naar hun selectiecriteria voor experts. Grijpen ze terug naar dezelfde betrouwbare experts uit tijdsgebrek? Of hanteren ze juist een zwarte lijst van experts en gebruiken ze de VEGA-databank en databank Gevestigde Waarden?

Met onze masterproef hopen we een bijdrage te leveren aan het onderzoek naar de aanwezigheid van experts in de Vlaamse nieuwsuitzendingen. Daarnaast hopen we dat de resultaten journalisten zullen aanzetten om eens stil te staan bij hun eigen bronnengebruik. Een uitgebreid scala aan experts in het nieuws draagt zeker bij tot de kwaliteit van de Vlaamse nieuwsuitzendingen.

Referentielijst

- Alterman, E. (1999). *Sound and fury: the making of the punditocracy*. United States of America: Cornell University Press. Geraadpleegd via <http://books.google.be>
- Buyck, L. (2011). *The usual suspects. Experten in het nieuws* (Ongepubliceerde masterproef). Hogeschool-Universiteit Brussel, Brussel, België.
- Cohen, M.F. (2005). The Quote Machines. *American Journalism Review*. Geraadpleegd via <http://www.ajr.org>
- Cross, K. (2010). Experts in the news: The differential use of sources in election television news. *Canadian Journal of Communication*, 35(3), 413-429. Geraadpleegd via <http://www.cjc-online.ca>
- Davies, N. (2008). *Flat Earth News: An award-winning reporter exposes falsehood, distortion and propaganda in the global media*. London: Chatto & Windus.
- Davis, A. (2009). Journalist-source relations, mediated reflexivity and the politics of politics. *Journalism Studies*, 10(2), 204-219. doi: 10.1080/14616700802580540
- De Clercq, M. (2003). Wie maakt het nieuws, participatie en m/v representatie in de Vlaamse nieuwsmedia. In Biltreyst, D., & Peeren, Y. (red.), *Nieuws, democratie en burgerschap. Onderzoek naar hedendaagse nieuwsmedia* (pp. 79-111). Gent: Academia Press.
- De Keyser, J. (2010). Bronnen en nieuwe technologie voor nieuwsgaring. In Paulussen S., & Raeymaeckers, K. (red.), *Journalisten. Profiel van een beroepsgroep* (pp. 81-97). Leuven: Lannoo Campus.
- De Smedt, J., Hooghe, M., & Walgrave, S. (april 2011). *Jan met de pet of Piet met de stropdas. Actoren in het Vlaamse televisienieuws (2003-2010)*. Nieuwsmonitor. Geraadpleegd via <http://www.nieuwsarchief.be>
- Devroe, I. (2007). *Gekleurd nieuws?: de voorstelling van etnische minderheden in Vlaanderen* (Doctoraatsthesis). Geraadpleegd via <http://lib.ugent.be>

- Dimitrova, D., & Strömbäck, J. (2009). Looks who's talking. Use of sources in newspapers coverage in Sweden and the United States. *Journalism Studies*, 3(1), pp. 75-91. doi: 10.1080/17512780802560773
- Elektronisch Nieuwsarchief (2012). *Codeboek thema's Elektronisch Nieuwsarchief*. Geraadpleegd via <http://www.hubrussel.net>
- Freedman, E., Fico, F., & Durisin, M. (2010). Gender diversity absent in expert sources for elections. *Newspaper Research Journal*, 31(2), 20-33. Geraadpleegd via <http://www.ebscohost.com>
- Gans, H. (1979). *Deciding what's news. A study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek, and Time*. United States of America: Northwestern University Press. Geraadpleegd via <http://books.google.be>
- Keeble, R. (2006). *The newspapers handbook*. (4th ed.) Oxford: Routledge.
- Kussendrager, N., van der Lugt, D., & Rogman, B. (2007). *Basisboek journalistiek* (4^e druk). Groningen: Wolters-Noordhoff.
- Lacy, S., Riffe, D., Stoddard, S., Martin, H., & Chang, K. (2001). Sample size for newspaper content analysis in multi year studies. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 78(4), 836-845. Doi: 10.1177/107769900107800414
- Lewis, J., Williams, A., & Franklin, B. (2008a). A compromised fourth estate? *Journalism Studies*, 9(1), 1-20. Doi: 10.1080/14616700701767974
- Lewis, J., Williams, A., & Franklin, B. (2008b). Four rumours and an explanation. *Journalism Practice*, 2(1), 27-45. Doi: 10.1080/17512780701768493
- Minderhedenforum (2013). *Gevestigde Waarden: een databank van allochtone deskundigen*. Geraadpleegd via <http://www.minderhedenforum.be>

- Muller, E., van der Leun, J., Moerings, L., & Van Calster, P. (2010). *Criminaliteit en criminaliteitsbestrijding in Nederland*. Amsterdam: Kluwer. Geraadpleegd via <http://books.google.be/>
- O'Neill, D., & O'Connor C. (2008). The passive journalist. How sources dominate local news. *Journalism Practice*, 2(3), 487-500. doi: 10.1080/17512780802281248
- Paulussen, S., & Raeymaeckers, K. (2010). *Journalisten: profiel van een beroepsgroep*. Tielt: Lannoo.
- Van Aelst, P., & De Swert, K. (2005). Spreken over politiek in een soundbite cultuur. In Hooghe, M., De Swert, K., & Walgraeve, S. (red.), *Nieuws op televisie. Televisiejournals als venster op de wereld* (pp. 25-38). Leuven: Acco.
- Van Ginneken, J. (2002). *De schepping van de wereld in het nieuws. De 101 vertekeningen die elk 1 procent verschil maken*. Amsterdam: Kluwer. Geraadpleegd via <http://books.google.be>
- Van Leuven, S., & Raeymaeckers, K. (2012). Journalistiek in tijden van cost-cutting en web 2.0 : een multimethodisch onderzoek van het journalistieke bronnengebruik in een veranderende nieuwsomgeving. *Etmaal van de communicatiewetenschap, Proceedings* (pp. 1–15). Presented at the Etmaal van de Communicatiewetenschap, Ghent, Belgium: Ghent University, Department of Communication studies.
- Vos, D., De Smedt, J., Hooghe, M., & Walgrave, S. (januari 2012). *Vrouw gezocht. Vrouwen in de Vlaamse televisiejournals*. Nieuwsmonitor. Geraadpleegd via <http://www.nieuwsarchief.be>
- Vos, D., De Smedt, J., Hooghe, M., & Walgrave, S. (oktober). *Nieuws voor de meerwaardezoeker. Terzake en Het Journaal vergeleken*. Nieuwsmonitor. Geraadpleegd via <http://www.nieuwsarchief.be>
- vzw Amazone (2013). *Actoren voor gelijkheid v/m. VEGA: databank vrouwelijke experten*. Geraadpleegd via <http://www.amazone.be>

Bijlage 1: Steekproef

2012

January

S	M	T	W	T	F	S
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	<u>16</u>	17	18	19	20	21
22	23	24	25	<u>26</u>	27	28
29	30	31				

February

S	M	T	W	T	F	S
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	<u>11</u>
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	<u>27</u>	28	<u>29</u>			

March

S	M	T	W	T	F	S
				1	2	3
4	5	6	7	<u>8</u>	9	10
11	12	13	14	15	16	<u>17</u>
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

April

S	M	T	W	T	F	S
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	<u>13</u>	14
15	16	17	<u>18</u>	19	20	21
22	23	24	25	26	27	<u>28</u>
29	30					

May

S	M	T	W	T	F	S
		1	2	3	4	5
6	7	<u>8</u>	9	10	11	12
<u>13</u>	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

June

S	M	T	W	T	F	S
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	<u>15</u>	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	<u>26</u>	27	28	29	30

July

S	M	T	W	T	F	S
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

August

S	M	T	W	T	F	S
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

September

S	M	T	W	T	F	S
						1
2	3	4	5	6	7	<u>8</u>
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	<u>20</u>	21	22
23	<u>24</u>	25	26	27	28	29
30						

October

S	M	T	W	T	F	S
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	<u>10</u>	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	<u>24</u>	25	26	27
28	29	<u>30</u>	31			

November

S	M	T	W	T	F	S
				1	2	3
4	5	6	7	8	<u>9</u>	10
11	12	13	14	15	16	17
<u>18</u>	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	

December

S	M	T	W	T	F	S
						<u>1</u>
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	<u>13</u>	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

Bijlage 2: Codeboek

Variabele	Label	Waarden
Identificatienummer	Identificatienummer	Geen
Naam	Naam van de expert	Geen
Naam	Naam van de journalist	Geen
Televisiezender	Televisiezender	1=Een 2=Canvas 3=VTM
Datum	Datum (d/m/j)	Geen
Weekdag	Weekdag	1=maandag 2=dinsdag 3=woensdag 4=donderdag 5=vrijdag 6=zaterdag 7=zondag
Itemnummer	Itemnummer	Geen
Lengte item	Lengte item (in seconden)	Geen
Lengte quote	Lengte quote (in seconden)	Geen
Format	Format	1=enkel nieuwslezer 2=beeldverslag 3=studiosprek met journalist 4=studiosprek met anderen 5=gesprek met stand-up
Thema	Thema	1=politiek 2=gerecht en justitie 3=geweld en criminaliteit 4=rechten en vrijheden 5=migratie, integratie en asielzoekers 6=financiën 7=economie 8=consumentzaken 9=werk

		10=sociale zaken 11=demografie 12=mobiliteit en verkeer 13=ruimtelijke structuur 14=milieu 15= weer en natuur 16=energie 17=landbouw 18=kunst en cultuur 19=onderwijs 20=wetenschappen 21=ruimtevaart 22=toerisme 23= kerk en religie 24=media 25=internet en telecommunicatie 26=defensie en wapens 27=Europa 28=oorlog en vrede 29=internationale verhoudingen 30=relaties met derde wereld 31=rampen 32=sport 33=royalty 34=maritieme zaken 35=horeca
Functie	Functie van de expert	1=journalist 2=woordvoerder 3=vertegenwoordiger 4=binnenlandse politicus 5=buitenlandse politicus 6=professor, wetenschapper of dokter 7=magistraat of jurist 8=politie 9=brandweer 10=militair

		11=scheepvaart 12=ervaringsdeskundige 13=vakbond 14=directeur/leerkracht onderwijsstelling 15=directeur culture instelling 16=directeur welzijnsinstelling 17=ambtenaren 18=bedrijfsleider/organisator/directeur
Geslacht	Geslacht van de expert	0=man 1=vrouw
Origine	Origine van de expert	0=autochtoon 1=allochtoon 2=buitenlandse expert
Vermelding expert	Vermelding ‘expert’, ‘deskundige’ of ‘specialist’	0=neen 1=ja
SVO	Informatiebalk SVO	Geen
Confrontatie	Confrontatie met een andere expert	0=neen 1=ja
Prominentie	Prominentie van de expert	1=vermelding 2=één quote 3=enkele quotes 4=volledig item

Naam van de journalist

De naam van de journalist moet expliciet vermeld worden door de nieuwslezer of moet onderaan in beeld verschijnen. Als de naam niet expliciet vermeld wordt, wordt de naam niet ingevuld.

Itemnummer

Het itemnummer geeft de chronologische volgorde van de items weer. Sommige onderwerpen, bijvoorbeeld de busramp in Sierre, worden gebracht aan de hand van meerdere nieuwsitems. Elk nieuwsitem krijgt een ander nummer. De hoofdpunten worden niet als nieuwsitem beschouwd en worden dus niet meegerekend. De sportitems en de ‘uitsmijter’ worden eveneens niet geanalyseerd.

Lengte item

De lengte van het item wordt gemeten vanaf het moment dat het item wordt ingeleid door de nieuwsanker. De lengte van het item wordt uitgedrukt in seconden.

Lengte quote

De lengte van de quote bedraagt de som van het aantal seconden dat een actor aan het woord komt.

Format

Studiogesprekken of gesprekken met stand-ups die worden onderbroken door een beeldverslag binnen hetzelfde item, worden aangeduid als ‘combinatie van vormen’.

Een studiogesprek vindt plaats in de nieuwsstudio en live tijdens de uitzending zelf. Journalisten zijn alle personen die verbonden zijn aan de nieuwsredactie. Anderen die niet verbonden zijn aan de nieuwsredactie, behoren tot de categorie ‘studiogesprek met anderen’. Een stand-up is een eigen journalist die ergens ‘ter plaatse’ verslag uitbrengt. Hij of zij wordt meestal in duplex in beeld gebracht. Ook een telefoongesprek met een eigen journalist valt onder deze categorie. Deze indeling is gebaseerd op het codeboek van het Elektronisch Nieuwsarchief.

Thema

Deze lijst met thema's is gebaseerd op het codeboek van het Elektronisch Nieuwsarchief.

Functie

De lijst met functies is gebaseerd op het codeboek van het Elektronisch nieuwsarchief.

Confrontatie met een andere expert

Deze variabele meet of de journalist één deskundige aan het woord laat of kiest voor een confrontatie van meerdere opinies. Telkens er meer dan één deskundige aan bod komt, krijgt deze variabele de score 1 toegekend. Deze variabele werd opgesteld met behulp van het codeboek van Lien Buyck.

Prominentie

Deze variabele gaat na in welke mate de experten aan bod komen. Hiervoor is er een onderverdeling in aantal quotes gemaakt. Telkens wanneer de nieuwsanker of de journalist de expert vermeld, krijgt deze variabele de score 1 toegekend. Wanneer de expert een volledig item mag volspreken, krijgt deze variabele de score 4 toegekend. Een voorbeeld hiervan is een psycholoog die in de studio uitgenodigd wordt om te praten over de busramp van Sierre. Deze variabele is gebaseerd op het codeboek van Lien Buyck.

Bijlage 3: Databestand en ouput in SPSS

Zie cd-rom.

3.1. Centrale onderzoekvraag

3.1.1. Aantal experten

Output 1: Frequentietabel naam van de expert

3.1.2. Datum en dag van de week

Output 2: Frequentietabel datum

Output 3: Frequentietabel dag van de week

3.1.3. Itemnummer

Output 4: Frequentietabel itemnummer

3.1.4. Gemiddelde lengte item en gemiddelde lengte quote in seconden

Output 5 : Gemiddelde lengte item in seconden

Output 6: Gemiddelde lengte quote in seconden

3.1.5. Format

Output 7: Frequentietabel format

Output 8: Kruistabel format en televisiezender

3.1.6. Functie van de expert

Output 9: Frequentietabel functie expert

Output 10: Frequentietabel meest populaire expert (binnenlandse politicus)

Output 11: Frequentietabel meest populaire expert (professoren, wetenschappers en dokters)

Output 12: Frequentietabel meest populaire expert (journalisten)

3.1.7. Vermelding

Output 13: Frequentietabel vermelding expert

Output 14: Frequentietabel informatiebalk (vermelding expert)

3.1.8. Prominentie

Output 15: Frequentietabel prominentie

3.2.Vergelijking tussen Het Journaal, Terzake en Het Nieuws

Output 16: Frequentietabel televisiezender

Output 17: Gemiddelde lengte quote in seconden (Eén)

Output 18: Gemiddelde lengte quote in seconden (Terzake)

Output 19: Gemiddelde lengte quote in seconden (VTM)

3.2.1.Functie van de expert

Output 20: Kruistabel functie van de expert en televisiezender

3.2.2.Prominentie van de expert

Output 21: Kruistabel prominentie van de expert en televisiezender

3.3.Experten binnen één zender

Output 22: Frequentietabel meest populaire expert (Eén)

Output 23: Frequentietabel meest populaire expert (Terzake)

Output 24: Frequentietabel meest populaire expert (VTM)

3.4.Mannelijke versus vrouwelijke experten

Output 25: Frequentietabel geslacht van de expert

Output 26: Kruistabel geslacht van de expert en televisiezender

Output 27: Kruistabel functie van de expert en geslacht van de expert

Output 28: Kruistabel prominentie van de expert en geslacht van de expert

Output 29: Gemiddelde lengte quote in seconden (mannelijke experten)

Output 30: Gemiddelde lengte quote in seconden (vrouwelijke experten)

Output 31: T-test

3.5.Autochtone versus allochtone experten

Output 32: Frequentietabel origine van de expert

Output 33: Kruistabel televisiezender en origine van de expert

Output 34: Frequentietabel functie van de expert (allochtonen)

Output 35: Frequentietabel naam van de expert (allochtonen)

Output 36: Frequentietabel thema (allochtonen)

Output 37: Kruistabel prominentie van de expert en naam van de expert (allochtonen)

Output 38: Frequentietabel confrontatie (allochtonen)

Output 39: Frequentietabel vermelding (allochtonen)

3.6. Thema's

Output 40: Frequentietabel thema's

Output 41: Kruistabel thema's en geslacht van de expert

3.7. Aantal experten per nieuwsitem

Output 42: Frequentietabel confrontatie

Output 43: Kruistabel functie van de expert en confrontatie

Bijlage 4: Corpus

De nieuwsuitzendingen zijn verkrijgbaar bij Anke Schoukens of beschikbaar via het Elektronisch Nieuwsarchief.