



Masterproef aangeboden tot het
verkrijgen van het diploma
Master of Arts in de
journalistiek

Man, I feel like a (wo)man in journalism

**Representatie van de journalist in de populaire
cultuur: telenovelle LouisLouise**

Door: Emelie Wójcik
Promotor: An Van Hecke

ACADEMIEJAAR 2018-2019



Masterproef aangeboden tot het
verkrijgen van het diploma
Master of Arts in de
journalistiek

Man, I feel like a (wo)man in journalism

**Representatie van de journalist in de populaire
cultuur: telenovelle LouisLouise**

Door: Emelie Wójcik
Promotor: An Van Hecke

ACADEMIEJAAR 2018-2019

Voorwoord

Zes jaar geleden maakte ik voor het eerst een studiekeuze voor het hoger onderwijs. Ik wilde studeren, dat stond vast, maar ik had geen idee welke studie voor mij de juiste keuze was. Gewapend met informatiefolders, studiekeuzetesten en adviezen van leerkrachten was ik er steevast van overtuigd dat ik een keuze zou kunnen maken. Maar zonder resultaat, ik wist echt niet wat ik wou. Tot mijn vrienden op een dag vertelden dat ze geneeskunde of biomedische wetenschappen wilden studeren omdat ze later graag wilden doen wat ze in Grey's Anatomy en CSI Miami hadden gezien. Dat zette mij aan het denken. Had ik ook ooit zo lovend over een serie gepraat? Ik was toen immers niet bepaald een seriekijker. Plots herinnerde ik mij hoe ik toen ik jonger was een bepaalde periode elke avond steevast gekluisterd aan de televisie zat om de nieuwe aflevering van LouisLouise te bekijken. Ja, de jobs van de personages in die serie, dat leek me wel wat. Ik wou best wel proberen die richting uit te gaan. En zoals dat dan gaat met studiekeuzes begon ik dan maar op zo'n hoog mogelijk niveau met een zo breed mogelijke opleiding: communicatiewetenschappen. Hoewel ik toen misschien niet de juiste studiekeuze had gevonden, zat ik toch in de juiste richting. Uiteindelijk kwam ik via een omweg terecht in de master journalistiek aan de KULeuven campus Antwerpen. De cirkel is nu rond.

Ik wil graag iedereen bedanken die een bijdrage heeft geleverd aan de totstandkoming van deze masterproef. In het bijzonder dank ik mijn promotor, An Van Hecke, voor de begeleiding en de constructieve feedback. Ze gaf me de kans om dit eerder ongewone thema te behandelen. Ik ben haar dan ook erg dankbaar dat ze steeds enthousiast heeft meegewerkt aan mijn project.

Verder wil ik VTM bedanken voor het steeds langer online beschikbaar stellen van de telenovelle. Hoewel de afleveringen aanvankelijk onmogelijk langer beschikbaar zouden blijven dan 31 januari 2019, kan het publiek ze tegenwoordig nog steeds online bekijken.

Ten slotte nog een speciaal woord van dank aan mijn familie en vrienden die hun inzichten over deze thesis met mij hebben gedeeld.

Emelie Wojcik

Antwerpen, 28 mei 2019

Inhoudsopgave

Voorwoord	2
Inhoudsopgave	3
Abstract	5
Lijst met tabellen	6
1. Inleiding	7
2. Literatuurstudie	9
2.1 Wat is populaire cultuur?	9
2.2 De invloed van populaire cultuur	10
2.3 De representatie van de journalist in de populaire cultuur	11
2.4 Analyse van de representatie van de journalist in populaire cultuur	13
2.5 Realiteitswaarde van de representatie van de journalist in populaire cultuur	18
2.5.1 Bacheloropleidingen	21
2.5.2 Masteropleidingen	24
2.6 Synthese	25
3. Verhaallijn en personages LouisLouise	27
3.1 Verhaallijn	27
3.2 Hoofdpersonages	27
3.3 Personages met journalistieke functies	28
3.4 Andere personages (zonder journalistieke functie)	29
4. Methode	30
4.1 Codering	31
4.2 Transcriptie	34
4.3 Analyse	35
5. Resultaten	36
5.1 Typologie van Saltzman	36
5.1.1 Redacteur	36
5.1.2 Sob sister	38
5.1.3 Uitgevers & media-eigenaars	39
5.1.4 Fotojournalisten & cameramannen	41

5.1.5 (Onvolmaakte) mannelijke journalist	42
5.1.6 Onervaren welp	43
5.1.7 Columnist & recensent	43
5.1.8 Nieuwsfamilie	44
5.1.9 Sportjournalist	45
5.1.10 Echte journalisten	45
5.1.11 Anonieme reporters	45
5.1.12 Typologieën die niet voorkomen in LouisLouise	46
5.1.13 Nieuwe typologieën	46
5.1.13.1 Crossmediale journalist	46
5.1.13.2 Presentator/presentatrice	47
5.1.13.3 Technicus	48
5.2 Journalistieke competenties	49
5.2.1 Taalvaardigheid	49
5.2.2 Kritische zin	50
5.2.3 Flexibiliteit	51
5.2.4 Waarnemingsvermogen	52
5.2.5 Stressbestendigheid	53
5.2.6 Contactvaardigheid en sociale competenties	54
5.2.7 Empathie	54
5.2.8 Brede algemene kennis	55
5.2.9 Nieuwsgierigheid	55
5.2.10 Wegwijs op web & sociale media	56
5.2.11 Verwondering	56
5.2.12 Nieuwe journalistieke competenties	57
5.2.12.1 Creativiteit	57
5.3 Resultaten per hoofdpersonage	59
6. Conclusie en discussie	60
7. Bibliografie	63
8. Bijlage	67

Abstract

Deze studie is een inhoudsanalyse van de representatie van de journalist in populaire cultuur, meer bepaald in de Vlaamse telenovelle LouisLouise. Het doel van de studie is om op basis van literatuur na te gaan hoe de telenovelle journalisten weergeeft en in welke mate dat beeld overeenkomt met het ideale profiel van een echte journalist. Deze studie is relevant door de vaststelling dat populaire cultuur het beeld dat het publiek van een journalist heeft, beïnvloedt. De analyse verdeelt de personages op basis van hun (non-)verbale communicatie in typologieën van Saltzman (2005) en geeft weer in welke mate ze de competenties van Goris en Delforge (2012) bezitten die tot het ideale profiel van een echte journalist behoren. De (hoofd)redacteur, sob sister en uitgevers en media-eigenaars zijn de typologieën die het vaakst in de telenovelle werden vastgesteld. Dat wil zeggen dat de weergegeven journalisten emotionele carrièretijgers zijn die in de hoogste rangen werken. Bovendien is hun taalvaardigheid, kritische zin en flexibele houding eerder beperkt. In de telenovelle werden nieuwe typologieën vastgesteld: de crossmediale journalist, presentator/presentatrice en technicus. Daarnaast werd de nieuwe journalistieke competentie 'creativiteit' onthuld.

This study is a content analysis of the representation of the journalist in popular culture, more specifically in the Flemish television novel LouisLouise. The purpose of this study is to check how journalists are represented in the television novel and to what extent that representation corresponds to the ideal profile of a real journalist by using literature. The study is relevant because of the finding that popular culture influences the public's image of journalists. Based on their (non-)verbal communication, the analysis places the characters in typologies of Saltzman (2005) and reveals to what extent they possess the skills of Goris and Delforge (2012) that are listed on the ideal profile of a real journalist. The editor(-in-chief), sob sister and publishers and media owners are the most represented typologies in the television novel. This means that the depicted journalists are emotional career tigers who occupy top positions in the company they work for. Furthermore, their language proficiency, critical sense and flexible attitude is rather limited. Other new typologies were identified in the television novel: the crossmedial journalist, male and female presenter and technician. In addition to this, the new journalistic skill 'creativity' was revealed.

Lijst met tabellen

Tabel 1: Hoofdpersonages	28
Tabel 2: Personages met journalistieke functies	29
Tabel 3: Andere personages (zonder journalistieke functie)	29
Tabel 4: Resultaten redacteur	36
Tabel 5: Resultaten sob sister	38
Tabel 6: Resultaten uitgevers en media-eigenaars	39
Tabel 7: Resultaten fotojournalisten & cameramannen	41
Tabel 8: Resultaten (onvolmaakte) mannelijke journalist	42
Tabel 9: Resultaten onervaren welp	43
Tabel 10: Resultaten columnist & recensent	43
Tabel 11: Resultaten nieuwsfamilie	44
Tabel 12: Resultaten sportjournalist	45
Tabel 13: Resultaten echte journalisten	45
Tabel 14: Resultaten anonieme reporters	45
Tabel 15: Resultaten crossmediale journalist	46
Tabel 16: Resultaten presentator/presentatrice	47
Tabel 17: Resultaten technicus	48
Tabel 18: Resultaten taalvaardigheid	49
Tabel 19: Resultaten kritische zin	50
Tabel 20: Resultaten flexibiliteit	51
Tabel 21: Resultaten waarnemingsvermogen	52
Tabel 22: Resultaten stressbestendigheid	53
Tabel 23: Resultaten contactvaardigheid en sociale competenties	54
Tabel 24: Resultaten empathie	54
Tabel 25: Resultaten brede algemene kennis	55
Tabel 26: Resultaten nieuwsgierigheid	55
Tabel 27: Resultaten wegwijs op web & sociale media	56
Tabel 28: Resultaten verwondering	56
Tabel 29: Resultaten creativiteit	57
Tabel 30: Resultaten per hoofdpersonage	59

1. Inleiding

Uit voorgaand onderzoek is reeds gebleken dat populaire cultuur op veel verschillende vlakken een invloed uitoefent op het publiek. Het heeft immers de kracht om de gedragingen en meningen van mensen in het echte leven te beïnvloeden. Bovendien merkt de bestaande literatuur op dat de manier waarop een beroep in populaire cultuur wordt voorgesteld, het beeld dat het publiek van dat beroep heeft, beïnvloedt. Ook kwam naar voren dat populaire cultuur een rol kan spelen bij de studie- of beroepskeuze van het publiek. Wat journalisten betreft, bleek uit onderzoek dat de representatie van de journalist in populaire cultuur niet enkel het beeld dat het publiek van journalisten heeft beïnvloedt, maar ook bepaalt of ze al dan niet een journalistieke carrière ambiëren. Populaire cultuur blijkt echter niet de meest bepalende factor te zijn als het gaat over studie- en beroepskeuzes. Overige factoren waaraan meer belang wordt gehecht, koppelen steeds een studie of beroep aan een 'ideaal' profiel om te bepalen of een studie- of beroepskeuze voor een bepaald individu al dan niet geoorloofd is. Dat doet de vraag rijzen of het publiek al dan niet dat ideale profiel bevestigd ziet in de representatie van journalisten in populaire cultuur.

Als het ideale profiel even buiten beschouwing gelaten wordt, valt op dat dit thema al meermaals werd onderzocht. In het kader van dat onderzoek is een online databank, genaamd IJPC, voorhanden die alle representaties van mediagerelateerde beroepen in de populaire cultuur verzamelt. Wat deze onderzoeken betreft, konden er echter weinig (uitgebreide) bijdragen uit de Vlaamse populaire cultuur teruggevonden worden. Hierdoor ontstond het idee om dit thema te onderzoeken in de Vlaamse populaire cultuur. Als case study werd de Vlaamse telenovelle LouisLouise gebruikt. Dat is een fictiereeks die zich grotendeels afspeelt op de redactie van het fictieve magazine Don en de fictieve radiostudio van Radio Bavo. Aangezien er vaak journalisten in beeld verschijnen, vormt deze telenovelle de ideale kans om de representatie van de journalist in Vlaamse populaire cultuur te analyseren.

Om dit onderzoek toe te passen op de telenovelle LouisLouise, werd beroep gedaan op bestaande literatuur die reeds bij de analyse van andere cases werd gebruikt. Op basis van deze literatuur werd aan de hand van een inhoudsanalyse onderzocht welke journalistieke types van Saltzman (2005) aan bod komen in LouisLouise (OV1), hoe deze types in de telenovelle worden voorgesteld (OV2) en in welke mate de journalistieke competenties van Goris en Delforge (2012) die tot het ideale profiel van een echte journalist horen, bij de journalisten in LouisLouise aanwezig zijn. Het ideale profiel werd gebruikt om de realiteitswaarde van de telenovelle te bepalen.

Het doel van deze studie is om aan de hand van deze case study een beeld te krijgen van de representatie van de journalist in Vlaamse cultuur en om na te gaan of het 'ideale' profiel van echte journalisten al dan niet bevestigd wordt in deze case.

Deze masterproef bevat verschillende onderdelen. De literatuurstudie schetst een beeld van wat er al geweten is over populaire cultuur, haar invloed en de manier waarop journalisten erin worden voorgesteld. Bovendien wordt besproken op welke manieren de representatie van de journalist reeds onderzocht werd. Daarnaast concretiseert de literatuurstudie de onderzoeksvragen, hypothesen en verwachtingen. Vervolgens wordt meer uitleg gegeven over de verhaallijn van de telenovelle alsook

over de belangrijkste personages. Daarna volgt het hoofdstuk over de methode waarmee getracht werd de onderzoeksvragen te beantwoorden. Hierin wordt verduidelijkt op welke manier de telenovelle gecodeerd en getranscribeerd werd. In de resultaten worden de belangrijkste typologieën en journalistieke competenties die in de telenovelle voorkomen, blootgelegd. Die resultaten worden in de conclusie- en discussieparagraaf besproken en vergeleken met eerder onderzoek. Bovendien wijst deze paragraaf op de tekortkomingen van de studie en wordt er dieper ingegaan op mogelijk vervolgonderzoek. De aangewende codeerschema's en transcripties kunnen ten slotte in de bijlagen geraadpleegd worden.

2. Literatuurstudie

2.1 Wat is populaire cultuur?

Populaire cultuur laat zich niet makkelijk definiëren omdat de definitie vaak tijds- en cultuurgebonden is (Strinati 2004, Parker 2011). Parker (2001) voorziet dan ook meerdere definities om de term te duiden. Hij baseert zich hiervoor op eerder onderzoek naar de betekenis van het begrip. De term werd reeds door enkele onderzoekers benaderd vanuit een eerder algemene, kwantitatieve invalshoek (Bennet en Storey, geciteerd in Parker 2011). Volgens hen is populaire cultuur alle cultuur die door erg veel mensen leuk gevonden wordt. De focus ligt hierbij dus vooral op het concept 'populair'. Storey (geciteerd in Parker, 2011) merkt echter zelf op dat deze definitie niet waterdicht is. De definitie is namelijk tijdsgebonden. Het is tegenwoordig immers makkelijk om te achterhalen wat al dan niet populair is bij het grote publiek dan tijdens pakweg de middeleeuwen. Er bestaan immers geen cijfers van die laatste periode. Toch zou het onjuist zijn om dan te claimen dat er vroeger geen sprake was van populaire cultuur, daar is immers te weinig (tegen)bewijs van.

De tweede definitie is evengoed afkomstig van bovenstaande onderzoekers die de kwantitatieve definitie voorstelden (geciteerd in Parker 2011). Deze keer verklaren ze de term vanuit een kwalitatieve invalshoek. Deze definitie omschrijft populaire cultuur als alle cultuur die overblijft nadat de hoge cultuur afgebakend is. Hierbij wordt het begrip niet langer als de populairste variant van cultuur gezien, maar eerder als een restgroep buiten de cultuur met de grote C. Deze definitie is volgens Parker (2011) nog problematischer dan de eerste. Doordat ze populaire cultuur herleidt tot een restgroep, slaagt ze er niet in om te definiëren wat die restgroep nu eigenlijk inhoudt. Hierdoor is het nodig om eerst de hoge cultuur af te bakenen alvorens bepaald kan worden wat populaire cultuur precies is. Op die manier wordt het definiëringsprobleem gewoon verschoven naar een andere term. Daarnaast wordt over het hoofd gezien dat het publiek van die restcultuur erg divers kan zijn en daardoor niet noodzakelijk aan dezelfde aspecten van die restcultuur evenveel aandacht besteedt. Bovendien is het moeilijk om cultuur op te delen op basis van kwaliteit. Iets wat hoge cultuur is kan immers ook populair zijn. De definitie kan dan ook enkel standhouden als er geen raakvlakken zijn tussen hoge en populaire cultuur en de interesses van hun publiek. Het is immers niet mogelijk om iets hoge cultuur te noemen als het op het eerste zicht exclusief lijkt, maar uiteindelijk door alle lagen van de bevolking geconsumeerd wordt.

Populaire cultuur kan volgens Strinati (2004) dan weer vanuit verschillende theoretische kaders verklaard worden. Het begrip is volgens hem zo breed dat het de temporele en culturele gebondenheid overschrijdt. Zo zou er binnen verschillende maatschappijen, groepen en tijdsaanduidingen sprake zijn van populaire cultuur. Hierdoor is Strinati (2004) voorstander van de idee dat er meerdere definities van het begrip naast elkaar moeten bestaan die afhankelijk van de tijd en de cultuur waarop ze van toepassing zijn, gebruikt kunnen worden. Als voorlopige definitie stelt hij net als Hebdige (1988) voor om populaire cultuur als een verzameling beschikbare artefacten te beschouwen. Onder artefacten verstaan beide onderzoekers films, televisieprogramma's, muziek, reclameboodschappen, kleding enzovoort. Door specifieke cultuurelementen aan te duiden, maken

beide onderzoekers het begrip veel concreter dan de voorgaande definities. Bovendien stelt Strinati (2004) populaire cultuur gelijk aan massacultuur en erkent hij dat de ontwikkeling van de huidige westerse populaire cultuur en de vooruitgang op technologisch en industrieel vlak in de westerse maatschappij hand in hand gaan. Hierdoor vormt zijn visie een werkbare definitie in het kader van deze thesis aangezien het concept van artefacten en westerse populaire (massa)cultuur binnen de huidige tijdsgeest en cultuur passen.

2.2 De invloed van populaire cultuur

Mensen worden steeds vaker beïnvloed door populaire cultuur (Strinati, 2004). Het gaat hierbij vooral over de invloed van populaire cultuur die binnen westerse, kapitalistische maatschappijen via de massamedia wordt verspreid. Uit de manier waarop Strinati (2004) populaire cultuur definieert, valt af te leiden dat veel culturele elementen als artefact beschouwd kunnen worden en dat elk artefact op zijn beurt ontelbare voorbeelden telt. Hierdoor is het aantal analyses van die artefacten eindeloos. Doorheen de jaren werd reeds geprobeerd om, steeds vanuit een andere invalshoek, de culturele artefacten en de invloed ervan te vatten. Zo onderzochten Hanewinkel et al. (2012) de invloed van alcoholconsumptie in films op bingedrinken (overmatig gebruik van alcohol tijdens één gelegenheid, de druglijn 2019) bij adolescenten uit Duitsland, IJsland, Italië, Nederland, Polen en Schotland. Aan de hand van een survey ondervroegen ze 16.551 leerlingen van 10 tot 19 jaar. In de survey kreeg elke student 50 ad random geselecteerde films uit een lijst van 1500 kaskrakers voorgeschoteld. De filmlijst varieerde per land en vertoonde vaak een overlap waardoor er in totaal 655 unieke films bestudeerd werden. In de survey moesten de studenten aangeven hoe vaak ze een film gezien hadden. De films in kwestie werden vooraf gescand op de frequentie van het alcoholgebruik dat in beeld kwam. Vervolgens werd het aantal keer dat een student een film had gezien verrekend met de frequentie van het alcoholgebruik in de desbetreffende film. Het alcoholgebruik van de studenten zelf werd in beeld gebracht aan de hand van een aantal vragen met likertschalen (meerkeuze antwoordmodellen op basis van cijfers). Na afloop van het onderzoek bleek de relatie tussen de representatie van alcoholgebruik in films en bingedrinken bij adolescenten significant. Hanewinkel et al. (2012) waarschuwen dan ook voor de invloed die films mogelijk hebben op de (mentale) gezondheid van adolescenten.

Ook televisieprogramma's hebben de kracht om levens te beïnvloeden. Zo bestudeerden Hefner et al. (2014) de impact van televisieprogramma's zoals *Desperate Housewives* en *Cougar Town* op het lichaamsbeeld van vrouwen van middelbare leeftijd. In deze televisieprogramma's vertolken bloedmooie jonge actrices immers de rol van mooie, al dan niet perfecte rijpere huisvrouwen. Aan de hand van een vragenlijst polsten Hefner et al. (2014) bij 166 vrouwen tussen 30 en 60 jaar uit het zuidwesten van de Verenigde Staten naar hun lichaamsbeeld, visie op ouderdom, vrijetijdsbestedingen en eetgewoonten. Ze ondervonden dat de vrouwen die regelmatig series als *Desperate Housewives* en *Cougar Town* keken, vaker een verstoord eetpatroon hadden. Bovendien hadden deze vrouwen ook een vertekend beeld van hoe anderen hun lichaam zagen en over hoe een perfect lichaam er hoort uit te zien.

Wat opvalt is dat films en televisieprogramma's de kracht bezitten om kijkers zodanig te beïnvloeden dat wat er zich in die artefacten afspeelt letterlijk overgenomen wordt in de realiteit. In dat geval is er sprake van het copycat-effect. Dat is het effect dat optreedt wanneer een handeling wordt uitgevoerd nadat een soortgelijke handeling in de media verschijnt. Het is het imitatiegedrag dat mensen stellen naar aanleiding van mediaberichten (Bos, van Es en Vasterman, 2011). Dat effect hoeft niet negatief te zijn. Zo verscheen op 15 maart 2019 het nieuws dat de 11-jarige Len Verhaegen zijn klasgenoot Milan had gered door het Heimlichmanoeuvre op hem toe te passen (VRT, 2019). Dat een 11-jarige deze prestatie toegeschreven kan worden is op zich al bewonderenswaardig, maar het verhaal wordt nog specialer als blijkt dat Len dit manoeuvre een week eerder in de film *Baywatch* (2017) had gezien. Onrechtstreeks had de jongen dus via populaire cultuur een levensnoodzakelijke vaardigheid geleerd. De Netflixserie *13 Reasons Why* kon jongeren dan weer niet op dezelfde positieve manier beïnvloeden. De populaire serie uit 2017 gaat over de jonge Hannah Baker die zelfmoord pleegt en wiens geheimen doorheen de serie blootgelegd worden. De populariteit van de serie stimuleerden Cooper et al. (2018) om te onderzoeken of de serie al dan niet een invloed had op de zelfmoordcijfers bij kinderen in één kinderziekenhuis. Hiervoor analyseerden ze de cijfers van zelfmoordpogingen, zelfmoordgedachten, zelfverminking en vergiftiging bij 4 tot 18-jarigen die gedurende een periode van januari 2012 tot oktober 2017 in het kinderziekenhuis van het OU Medical Center in Oklahoma verzameld konden worden. De analyse telde uiteindelijk 775 records waarvan 28 patiënten meermaals werden opgenomen. Uit de studie bleek dat het aantal bovengenoemde ziektebeelden gestegen was gedurende de bestudeerde periode. Dat aantal vertoonde zelfs een significante stijging in maart 2017, wanneer *13 Reasons Why* verscheen. Cooper et al. (2018) willen niet spreken van causaliteit, maar zijn wel overtuigd van het feit dat er een verband is tussen de representatie van zelfmoord in fictie en verhoogde zelfmoordcijfers.

Populaire cultuur kan naast het persoonlijk leven van mensen, ook hun beroepsleven beïnvloeden. Zo kwam op 11 april 2019 in een aflevering van *Van Algemeen Nut*, een archiefprogramma op één, een item over het televisieprogramma *Transport* aan bod. Dat was een fictiereeks over truckchauffeurs die in 1983 op BRT1 werd uitgezonden. De reeks zorgde voor heel wat opschudding bij echte truckchauffeurs. Zij namen immers aanstoot aan de representatie van hun beroep in de reeks. Het programma deed namelijk uitschijnen dat truckchauffeurs een onvoorzichtige rijstijl zouden hebben, dat ze in elk land een andere vriendin zouden hebben en dat ze gewelddadig zouden zijn. Hierdoor werden echte truckchauffeurs opgezadeld met een hele hoop stereotypen en negatieve percepties. Als protest verzamelden talloze truckchauffeurs onder de VRT-toren om, naar eigen zeggen, eer te vragen voor hun job.

2.3 De representatie van de journalist in de populaire cultuur

Ook de representatie van de journalist in de populaire cultuur werd al onderzocht. Zo is er *The Image of the Journalist in Popular Culture*, hierna IJPC genoemd. Dat is een online databank die werd opgericht door het Norman Lear Center van het USC Annenberg School for Communication & Journalism onder leiding van Joe Saltzman. De databank omvat meer dan 90.000 representaties van

journalisten, public relations adviseurs en andere mediagerelateerde beroepen in de populaire cultuur. De beelden worden volgens de officiële site van IJPC uit films, televisie, radio, fictie, reclameboodschappen, videospellen, strips en cartoons gehaald (IJPC, 2010). Verder bevat de databank ook beelden van journalisten vanuit comedy, muziek, kunst en internetwebsites. Ook verwijzingen naar oudere werken en non-fictie zoals documentaires, nieuwsuitzendingen en sport krijgen een plaats in de databank (Jenkins, 2010). Het materiaal waaruit Saltzman representaties van media-gerelateerde beroepen verzamelt, komt dus grotendeels overeen met de artefacten van Strinati (2004) en Hebdige (1988). Hoewel de databank internationaal materiaal accepteert, is het doel van IJPC voornamelijk om in kaart te brengen hoe populaire cultuur het beeld dat het Amerikaanse publiek van media-gerelateerde beroepen heeft, beïnvloedt.

In een interview met Jenkins (2010) benadrukt Saltzman het belang van het onderzoek naar de representatie van de journalist in de populaire cultuur:

The first question I'm asked when I tell people that I'm director of the Image of the Journalist in Popular Culture (IJPC) is who cares about the image of the journalist and why do you waste your time studying it? And the simple answer is this: Because the images of the journalist you see in films, watch on television and read in novels influence the public's opinion about the news media and the effectiveness of that media. And the ramifications of how the public perceives and judges the media can have a profound effect on the success or failure of our American democracy (z.p.).

Daarnaast geeft Saltzman in datzelfde interview met Jenkins (2010) een concreet voorbeeld dat aantoont hoe makkelijk de representatie van de journalist in de populaire cultuur het beeld van het publiek beïnvloedt:

Think about that. When your favorite aunt asks you why would anyone go into journalism, a profession filled with arrogant, impolite reporters who invade people's privacy, make up stories and sensationalize the news, where is she getting her information? She probably doesn't know any journalists, has never visited a newsroom, and has no idea how reporters work. Yet she has very specific ideas about who journalists are and how they behave. And she learned this by watching journalists in the movies and on television and reading about them in novels (z.p.).

Echte journalisten beïnvloeden volgens Saltzman (2005) slechts gedeeltelijk het beeld dat het publiek van hen heeft. Hij meent net als Ehrlich (2009) en McNair (2012) dat dit beeld grotendeels gevormd wordt door de journalisten die opduiken in films, fictie of op de televisie. Hij spreekt daarmee enigszins Van Gorp (2018) tegen die stelt dat echte journalisten nog steeds het grootste aandeel hebben in het beeld dat het publiek van hen vormt. Het feit dat de representatie van de journalist in de populaire cultuur zo bepalend is voor het beeld dat het publiek van journalisten heeft, schrijft Saltzman (2005) toe aan het collectief geheugen. Dat wil zeggen dat het publiek bepaalde gemeenschappelijke herinneringen heeft die gevormd worden door elementen uit de werkelijkheid (de echte journalisten) en de fictie (de acteurs die journalisten vertolken). Het is volgens Saltzman (2005) logisch dat elementen uit de fictie beter onthouden worden. De journalisten die in fictie schitteren worden immers uitvergroot en levendiger voorgesteld dan hun realistische collega's. Bovendien wordt het werk van echte journalisten geromantiseerd in fictie waardoor het fictieve beeld van de echte journalist in

kwestie beter in het collectief geheugen blijft hangen (Saltzman, 2005). Een klassiek voorbeeld hiervan is de film *All the President's Men* (1976) van Alan J. Pakula waarin wordt weergegeven hoe Bob Woodward en Carl Bernstein, vertolkt door Robert Redford respectievelijk Dustin Hoffman, het Watergateschandaal blootleggen voor *The Washington Post*. Wat betreft deze case sluit Van Gorp (2018) zich dan ook grotendeels aan bij Saltzman (2005). Van Gorp (2018) erkent het feit dat de film *All the President's Men* ervoor heeft gezorgd dat Bob Woodward en Carl Bernstein door het publiek als helden gezien worden. Hij stelt dat beide journalisten in het collectief geheugen werden opgenomen als de enige journalisten die zich met de affaire bezighielden. Dat was echter niet het geval. Campbell (geciteerd in Van Gorp 2018) stelt immers dat de twee journalisten een minder grote rol hebben gespeeld bij de blootlegging van het schandaal dan dat de fictie wil laten uitschijnen. Zelfs Bob Woodward reageert bescheiden in Van Gorp (2018). "Wij noch *The Washington Post* hebben Nixon ten val gebracht", aldus Woodward (geciteerd in Van Gorp, 2018).

Hoewel Van Gorp (2018) dus van mening is dat vooral echte journalisten het beeld dat het publiek van hen heeft bepalen, mag volgens hem de impact van het beeld van die echte journalist in de populaire cultuur niet onderschat worden. Saltzman (2005) beaamt dit en is zelfs van mening dat het collectief geheugen zodanig gestuurd wordt door fictie dat het publiek niet meer in staat is om feit van fictie te onderscheiden. Bovendien heeft het publiek volgens hem geen behoefte om dit onderscheid te maken. Hierdoor gebruikt het publiek een beeld dat grotendeels op fictie gebaseerd is om echte journalisten en hun werk te beoordelen (Saltzman 2005).

2.4 Analyse van de representatie van de journalist in populaire cultuur

De databank van IJPC wordt voortdurend aangevuld door onderzoekers en studenten. Ze gaan op zoek naar populaire cultuur en analyseren vervolgens welke personages mediagerelateerde beroepen uitoefenen. De databank is zoals gezegd zeer uitgebreid en omvat heel wat recente populaire werken. De volgende voorbeelden werden reeds in de databank van IJPC opgenomen. In de film *V for Vendetta* (2005) is het hoofdpersonage Every (vertolkt door Natalie Portman) een journaliste die ontvoerd wordt door de geheimzinnige V. Daarnaast bevat de film heel wat nevenpersonages die werkzaam zijn binnen de journalistiek. Zij werden ook geanalyseerd. Kaskraker *Fifty Shades of Grey* (2015) bevat dan weer het personage Kate Kavanagh (vertolkt door Eloise Mumford). Zij is een studente journalistiek die het hoofdpersonage Anastasia Steele op pad stuurt om Christian Grey in haar plaats te interviewen. In *Bridget Jones: The Edge of Reason* (2004) vertolkt Renée Zellweger dan weer de rol van Bridget Jones, een ietwat onhandige en overdreven emotionele televisiereporter. De mediagerelateerde personages hoeven echter geen bepalende rol te spelen om opgenomen te worden in de databank. Zo bevat de musicalfilm *Chicago* (2002) journalisten die beïnvloed worden door de advocaat van hoofdpersonage Roxie Hart (Renée Zellweger). De advocaat stuurt de journalisten aan om krantenkoppen te schrijven waarmee hij zijn cliënte wil vrijpleiten. Daarnaast wordt populaire cultuur die gebaseerd is op een waargebeurd verhaal niet over het hoofd gezien. In de film *Julie & Julia* (2009) vertolkt Amy Adams bijvoorbeeld de rol van Julie Powel, een blogger die schrijft over hoe ze de recepten van kokkin Julia Child (Meryl Streep) uitprobeert en welke impact Julia

op haar leven heeft. Bovendien hoeven de personages niet menselijk te zijn om opgenomen te worden in de databank van IJPC. Zo ontdekt bezige bij Barry B. Benson in de tekenfilm *Bee Movie* (2007) dat mensen honing eten. Hij besluit het menselijk ras aan te klagen en haalt daarmee het bijennieuws.

Om het beeld dat het publiek van een journalist heeft te begrijpen, is het nuttig om niet louter de representaties van de journalist te omschrijven, maar ook de verschillende representaties van elkaar te onderscheiden. Saltzman (2005) gebruikt als uitgangspunt een eenduidige lijst voor de analyse van journalisten in films en televisieprogramma's. In deze lijst omschrijft hij de verschillende representaties waarmee journalisten worden voorgesteld in de populaire cultuur. Deze types verschillen van elkaar op basis van uiterlijke kenmerken, karaktertrekken, geslacht en journalistiek werk¹. De volgende categorieën worden door Saltzman (2005) omschreven²:

1. Anonieme reporters

Deze journalisten zijn echte nieuwsgangers die geen schrik hebben om op een ietwat onbeleefde manier de privacy van anderen binnen te dringen. Gewapend met camera's, microfoons en indringende vragen gaan ze, vaak in groep, recht op hun doel af. Door een journalist op deze manier af te beelden wordt een journalist door het publiek niet als een held gezien, maar eerder als een irritant persoon. Deze journalisten worden vaak vertolkt door onopvallende acteurs. Daarnaast is dit het type journalist dat het best in het collectief geheugen gegrift staat.

2. Columnisten en recensenten

Columnisten zijn één van de meest populaire schurken in films die zich afspelen op krantenredacties. Vooral de op macht beluste roddeljournalist behoort tot deze categorie. De journalist in kwestie bevindt zich onderaan de journalistieke ladder aangezien hij erom bekend staat meedogenloos te werk te gaan om zijn informatie te verkrijgen. Deze journalisten willen koste wat het kost als eerste met een sappig verhaal naar buiten komen. Roddeljournalisten worden vaak vertolkt door populaire acteurs waardoor het publiek ondanks alles toch enige sympathie voelt voor het personage. Bovendien herpakken deze personages zich vaak op het einde van de film door uiteindelijk vriendelijk te handelen. Toch worden roddeljournalisten in fictie vaak slecht behandeld, zo worden ze vaak beschoten, geslagen of bedreigd.

Naast de roddeljournalist zijn er nog andere rollen die onder de noemer 'columnist' vallen:

¹ Saltzman (2005) richt zich in zijn onderzoek voornamelijk op Amerikaanse representaties van de journalist. Hierdoor is het mogelijk dat de beschrijvingen van bepaalde categorieën eerder stereotiep Amerikaans aanvoelen.

² De Engelse namen van de typologieën van Saltzman (2005) zijn: "anonymous reporters, columnists and critics (adviser, political commentator, social commentator, detective, generalist), cub reporters, editors (editors-in-chief, managing editor, news director, city editor), flawed male journalists, investigative reporters, memorable newsroom families, photojournalists and newsreel shooters, publishers and media owners, real-life journalists, sob sisters, sports journalists, war and foreign correspondents".

2.1 De adviseur

De adviseur is iemand die zijn advies geeft over diverse zaken zoals liefde, huwelijk, kinderen, consumentenzaken, etiquette. Daarnaast beschrijft hij ook stappenplannen waarin staat hoe mensen bepaalde zaken in hun leven kunnen aanpakken.

2.2 De politieke analist

Deze journalist analyseert de lokale en nationale politiek.

2.3 De sociale analist

Deze journalist schrijft opiniestukken en kaart problemen aan vanuit een bepaald standpunt.

2.4 De detective

De detective is een journalist wiens werk dicht aanleunt bij het werk van de politie. Dit personage wil onopgeloste zaken oplossen.

2.5 De generalist

De generalist heeft het talent om over elk onderwerp artikelen te schrijven.

Het werk en de karaktertrekken van recensenten komen in fictie overeen met die van columnisten. Recensenten worden voorgesteld als gewetenloze journalisten die anderen afkraken.

3. De onervaren welp

De beginnende journalist is diegene waarmee het publiek zich het meest kan identificeren. Aangezien hij weinig van journalistiek weet, stelt dit personage de vragen die het publiek ook wil stellen aan andere personages die veel meer vertrouwd zijn met journalistiek. Het publiek leert meer over journalistiek naarmate dit personage meer vertrouwd geraakt met de journalistieke conventies.

4. De redacteur

Redacteuren zijn journalisten met een grote mond en een klein hart. Deze personages worden afgebeeld in verschillende vormen:

4.1 De hoofdredacteur

Hoofdredacteurs kleden zich beter dan andere redacteuren, verheffen zelden hun stem en roken vaak sigaren. Ze laten het echte werk echter over aan de eindredacteur of regionaal redacteur. Indien ze niet zelf de hoofdrol spelen, verlaten ze zelden hun bureau en geven ze bevelen aan andere journalisten. Bovendien bepalen ze welke verhalen gepubliceerd worden. Daarnaast ontslaan ze vaak hun sterreporter die vervolgens toch weer terugkomt. Verder wordt er soms geen onderscheid gemaakt tussen een hoofdredacteur en een uitgever.

4.2 De eindredacteur, regionaal redacteur en nieuws-chef

De eindredacteur en regionaal redacteur knappen het werk van de hoofdredacteur op. Deze redacteurs lijken dan ook sterk op elkaar. Bijna elke film over media bevat een discussie tussen de verschillende redacteurs op de redactie.

5. De (onvolmaakte) mannelijke journalist

Deze categorie omvat alle mannelijke journalisten, ongeacht het medium waarvoor ze werken. Deze journalisten hebben gebreken waardoor het publiek zich in deze personages herkent. De onvolmaakte mannelijke journalist wil koste wat het kost een verhaal brengen en gedraagt zich daardoor meer als detective dan als reporter. Ze durven dan ook wel eens liegen en bedriegen om nieuws te sprokkelen. Uiteindelijk worden hun daden door het publiek vergeven.

6. De onderzoeksjournalist

De onderzoeksjournalist is een journalistieke held. Hij zet zijn leven op het spel om het publiek te helpen. Gesteund door hoofdredacteurs en uitgeverijen gaat hij op zoek naar schandalen die hij kan blootleggen. De onderzoeksjournalist wordt vaak bedreigd, geslagen of vermoord. Dat geeft sterreporters een motief om alsnog achter het verhaal van de onderzoeksjournalist in kwestie te gaan om op die manier hun collega te wreken.

7. De nieuwsfamilie

Journalisten worden eenzaam afgebeeld. Ze wonen vaak in een grote stad zonder familie en offeren hun persoonlijk leven op voor hun job. Veel journalisten zijn gescheiden en de enige huwelijken die standhouden zijn de relaties tussen mannelijke en vrouwelijke journalisten. Ook hun vrienden kiezen journalisten liever op de werkvloer dan daarbuiten. Doordat een redactie onderling bevriend raakt, vormen ze een familie. Deze familie bestaat uit verschillende soorten journalisten die elk een bepaalde rol vervullen.

8. Fotojournalisten en cameramannen

Fotojournalisten riskeren vaak hun leven voor de perfecte foto. Dat komt doordat ze zo graag de realiteit aan het publiek willen laten zien, hoe gruwelijk die realiteit ook is. Net als de (onvolmaakte) mannelijke journalist zijn ze bereid om te liegen en te bedriegen om toch maar een nieuwsverhaal op beeld te kunnen vastleggen. Bovendien durven deze journalisten gebeurtenissen in scène zetten. Deze personages kunnen dus zowel journalistieke helden als vijanden zijn.

9. Uitgevers en media-eigenaars

Personages die een topfunctie binnen de media bekleden, gebruiken die media vaak in functie van hun eigenbelang. Ze zijn vaak rijk en machtig, hierdoor worden ze vaak als vijand gezien. Bovendien vormen uitgevers en media-eigenaars vaak een bedreiging voor het soort journalistiek

dat als doel heeft het algemeen belang te dienen. De grootmachten willen immers dat journalisten in functie van het publiek werken om nog meer economische of politieke macht te verwerven.

10. Echte journalisten

Journalisten die in het echt bestaan worden vaak toegevoegd aan fictie om de realiteitswaarde ervan te verhogen. Bovendien is het gemakkelijk en snel om aan de hand van een echte radio- of televisie-uitzending een bepaalde gebeurtenis of situatie te schetsen.

Naast het feit dat echte journalisten en nieuwsuitzendingen onveranderd gebruikt worden in fictie, worden echte journalisten ook vaak gespeeld door acteurs. Een voorbeeld hiervan is het eerder besproken *All the President's Men* (1976) waarin Robert Redford en Dustin Hoffman de rol van journalisten Bob Woodward en Carl Bernstein vertolken.

11. De Sob Sister

De sob sister is de standaardvoorstelling van een vrouwelijke journalist in fictie. Ze is in principe gelijk aan de mannelijke journalist, maar wordt daardoor wel voorgesteld als een drinkende carrièrevrouw die haar mannetje kan staan. In tegenstelling tot wat de naam doet vermoeden wordt de sob sister niet enkel huilend voorgesteld. Het enige wat haar kan kraken is haar turbulent liefdesleven, al dan niet met andere journalisten. Ondanks het feit dat ze een carrièrevrouw is, zwicht de sob sister dan ook in de meeste gevallen voor het gezinsleven.

Saltzman (2003) merkt op dat sinds de 20^e eeuw de sob sister zichzelf toch moet bewijzen in de mannelijke wereld van de journalistiek. Ze is niet langer enkel de vriendin van de journalistieke held. Ze is meer dan enkel een emotierijk element van de fictie. De vrouwelijke journalist wordt echter wel pas een volwaardig lid van de redactie wanneer ze een betere journalist blijkt te zijn dan haar mannelijke collega. In de 21^e eeuw vervallen vrouwelijke representaties dan weer in clichébeelden volgens Saltzman (2003). Een vrouw krijgt dan mannelijke karaktereigenschappen of gooit haar vrouwelijke troeven op de redactietafel. Zowel in de 20^e als de 21^e eeuw vecht de sob sister dan ook met het eindeloze dilemma tussen haar ambitie (die leidt tot het verlies van haar vrouwelijke karaktereigenschappen) en haar vrouwelijke frivoliteit. Bovendien wordt de vrouwelijke journalist in beide eeuwen vaak als een detective voorgesteld.

12. De sportjournalist

Sportjournalisten doen er, net als andere reeds besproken journalisten overigens, alles aan om hun (wedstrijd)verslaggeving zo exclusief mogelijk te maken. Liegen en bedriegen behoort dan ook tot de natuur van de sportjournalist aangezien hij niet terugdeinst voor afpersing of omkoperij. Indien hij zich daar toch niet mee bezighoudt, probeert hij de corruptie net aan te vechten. In dat geval wordt de sportjournalist als een journalistieke held gezien. Ondanks deze tegengestelde beelden wordt de sportjournalist het vaakst opgevoerd als nevenpersonage in een biografie van een bekende sportpersoonlijkheid. De sportjournalist is dan eerder een grijze muis die gewoon zijn werk doet.

13. De oorlogs- en buitenlandcorrespondent

De echte journalistieke held is de oorlogsjournalist. Deze rol is dan ook enkel weggelegd voor de bekendste acteurs. De oorlogsjournalist redt alles en iedereen in de zoektocht naar zijn verhaal. Daardoor heeft deze journalist overeenkomsten met een misdaadverslaggever. Daarnaast is het verhaal van de oorlogsjournalist als held in een conflictgebied de ideale context om alle journalistieke ongemakken tijdens een oorlog mee in beeld te brengen. Zo wordt de oorlogsjournalist tijdens zijn werk geconfronteerd met gevaar, censuur, leugens enzovoort. Deze elementen verhogen zijn heldenstatus.

De gewone buitenlandcorrespondent geniet dan weer niet dezelfde status. Zijn werk is immers niet onderhevig aan dezelfde drama's als die van de oorlogscorrespondent.

De bovengenoemde typologieën worden vooral toegepast in uitgebreidere studies. Zo werden de bovenstaande typologieën reeds gebruikt bij thesissen over de inhoudsanalyse van o.a. *The Newsroom* (Slangen, 2014), *B&b, De boca en boca* (Michielsen, 2015) en *Periodistas* (Polfliet, 2015). Die zijn tot dusver niet opgenomen in de databank van IJPC. De IJPC databank zelf bevat vooral opsommingen en korte beschrijvingen van personages die mediagerelateerde beroepen uitoefenen. Toch worden er regelmatig uitgebreidere studies in de databank van IJPC opgenomen waarbij de typologieën van Saltzman (2005) gebruikt worden. Zo onderzocht Rooney (2013) aan de hand van deze typologieën de representatie van de journalist in Broadway musicals. Ragovin (2010) analyseerde dan weer de representatie van de journalist in Sesamstraat.

2.5 Realiteitswaarde van de representatie van de journalist in populaire cultuur

Wat opvalt is dat in heel wat onderzoeken waarin de parameters van Saltzman (2005) gebruikt worden, ook getracht wordt de realiteitswaarde van het onderzoeksobject te achterhalen. Dit gebeurt steeds vanuit een andere invalshoek. Zo gebruikt Michielsen (2015) elementen van de journalistieke cultuur van Kovach en Rosenstiel (2001) om de realiteitswaarde van de Spaanse serie *B&b de boca en boca* te toetsen. Deze elementen omschrijven de journalistieke cultuur in het echte leven. Ze omvatten: waarheid, rol van de journalistiek, ethiek en relaties op en naast het werk. Hierbij worden dus vooral de realiteitswaarde van het afgebeelde journalistieke werk en de waarheidsgetrouwheid van de onderlinge relaties van de personages onderzocht. Polfliet (2015) gebruikt dan weer de elementen van de journalistieke cultuur van Hanitzsch (geciteerd in Polfliet, 2015), maar analyseert ook de Spaanse journalistieke cultuur om aan te tonen in welke mate de representatie van de journalist in *Periodistas* overeenkomt met de echte Spaanse journalistieke cultuur.

De parameters die in de bovengenoemde onderzoeken de realiteitswaarde van de representatie van de journalist toetsen, focussen vooral op het werk van de journalisten of op de journalistieke cultuur in fictie. Het is echter ook interessant om echte journalisten zelf onder de loep te nemen om de realiteitswaarde van de personages die in populaire cultuur voorkomen, te achterhalen. Uit een onderzoek van Bultinck (geciteerd in Van Gorp, 2018) blijkt immers dat het beeld dat kinderen van journalisten hebben, bepaalt of ze het beroep al dan niet positief beoordelen. Dit werd onderzocht

door 488 Vlaamse kinderen van alle Vlaamse provincies uit het vijfde leerjaar te vragen een journalist te tekenen en er een korte tekst over te schrijven. Hieruit bleek dat het beeld dat de ondervraagde kinderen van journalisten hadden, deels gebaseerd was op de manier waarop een journalist wordt voorgesteld in fictie (Van Gorp, 2018). Bovendien zou die beoordeling beïnvloeden of ze al dan niet een journalistieke carrière overwegen. Ook King en Multon (1996), Larsen et al. (2003) en Di Pietro (2016) bevestigen dat de manier waarop een bepaald beroep wordt voorgesteld in fictie, een invloed kan hebben op de studie- of carrièrekeuze van het publiek.

Fourage, Künn-Nelen en Mommers (2016) zijn dan weer van mening dat naast de media, ook andere factoren de studiekeuze van jongeren beïnvloeden. Bij deze factoren valt op dat er steeds een bepaald profiel aan een studie- of beroepskeuze wordt gekoppeld om te bepalen of een bepaalde keuze al dan niet gerechtvaardigd is voor een bepaald individu. Om deze keuze gemakkelijker te maken voorzien heel wat opleidingen een 'ideaal profiel' waaraan een persoon moet voldoen om de opleiding in kwestie succesvol te starten en af te ronden. Ook wat journalisten betreft werd al getracht een ideaal profiel op te stellen. Zo somden Goris en Delforge (2012) reeds een aantal basisvaardigheden op die journalisten volgens hen zouden moeten bezitten:

1. Taalvaardigheid

Taalvaardigheid is een belangrijke vaardigheid voor een journalist. Het maakt zelfs niet uit voor welk medium iemand wil werken, taalkennis is een vereiste. Journalisten moeten zowel in geschreven als gesproken stukken tonen dat ze de standaardtaal beheersen.

2. Verwondering

Verwondering is het vermogen om met een open blik naar de wereld te kijken en alledaagse zaken in vraag te stellen. Daarnaast is het ook belangrijk om de actualiteit in vraag te stellen. Wie deze vaardigheid bezit kan eindeloos veel journalistieke ideeën bedenken.

3. Nieuwsgierigheid

De drang naar kennis. Het is belangrijk om als journalist een gezonde interesse te hebben voor de zaken waarover men verwonderd is. Nieuwsgierigheid steunt namelijk op verwondering. Het kan gezien worden als een neiging om dieper in te gaan op de zaken die in vraag worden gesteld.

4. Waarnemingsvermogen

Het is aangewezen om als journalist zoveel mogelijk te registreren. Een journalist moet kunnen waarnemen wat er om hem heen gebeurt, hoe de lichaamstaal van zijn gesprekspartner eruit ziet en hoe de sfeer van de gebeurtenis aanvoelt. Zijn zintuigen kunnen dus maar beter op scherp staan. Een sterk waarnemingsvermogen komt goed van pas bij de opbouw van een journalistiek stuk. Het is dan ook belangrijk om als journalist steeds zaken te registreren, nieuws kan immers zomaar voor het rapen liggen.

5. Kritische zin

Een journalist moet kritisch zijn, zowel voor het verhaal van een ander als voor eigen werk. Een kritische geest mag echter niet omslaan in een wantrouwige houding. Het is voldoende om te controleren of hetgeen een ander vertelt ook wel echt de waarheid is. Wat betreft zelfkritiek is het belangrijk dat een journalist eerlijk is tegenover zichzelf, dat hij feedback vraagt aan anderen en dat hij leert uit zijn fouten.

6. Brede algemene kennis

Tenzij journalisten zich in een bepaald gebied hebben gespecialiseerd, is het altijd mogelijk dat ze over de meest uiteenlopende onderwerpen verslag moeten uitbrengen. Het is dan belangrijk dat ze zich zo snel mogelijk kunnen verdiepen in dat onderwerp en daarom is een brede algemene kennis onmisbaar. Een brede algemene kennis en nieuwsgierigheid gaan hand in hand.

7. Wegwijs op het web en in sociale media

Een journalist moet goed overweg kunnen met een computer voor zijn research. Tegenwoordig is er namelijk heel wat informatie via het web voorhanden. Een goede journalist weet hoe hij in dat grote aanbod gericht naar de juiste informatie moet zoeken. Daarnaast is sociale media ook niet meer weg te denken uit de journalistiek. Via sociale media kan een journalist zoeken naar bepaalde informatie of personen of zijn publicatie in de kijker zetten.

8. Contactvaardigheid en sociale competenties

Journalisten moeten goed met mensen kunnen omgaan. Bij een interview is het belangrijk de juiste aanpak bij de juiste persoon toe te passen. Het ene gesprek verloopt immers vlotter dan het andere. Bovendien is elke gesprekspartner anders, een journalist moet daarop kunnen inspelen. Contactvaardigheid gaat ook over het contacteren van gesprekspartners. Een journalist moet kunnen inschatten wanneer een telefoongesprek of e-mail het meest aangewezen is. Bovendien helpt het om als journalist een gezonde dosis overtuigingskracht te hebben.

9. Empathie

Omdat journalisten goed met mensen moeten omgaan, is het belangrijk dat ze zich ook kunnen inleven in de mensen en hun situatie. Een gesprekspartner moet het gevoel krijgen dat de journalist aandachtig naar hem luistert en oprecht geïnteresseerd is in zijn verhaal. Inleving mag er echter niet voor zorgen dat de journalist zijn kritische geest verliest. De journalist moet dus steeds een zekere afstand bewaren om alsnog kritische vragen te stellen.

Empathie kan ervoor zorgen dat de journalist sympathie of verontwaardiging gaat voelen ten opzichte van een gesprekspartner of onderwerp. Ook engagement is daarbij niet uitgesloten. Dat vormt geen probleem zolang dat engagement objectief tot uiting komt en niet via de persoonlijke mening van de journalist. Daarnaast moet ook voorzichtig omgesprongen worden met betrokkenheid. Wanneer een journalist betrokken is bij een bepaalde verslaggeving is het beter om het stuk uit handen te geven of de eigen betrokkenheid duidelijk te vermelden.

10. Flexibiliteit

Journalisten hebben vaak onregelmatige werkuren. Die uren zijn vaak afhankelijk van hun functie en het medium waarvoor ze werken. Bovendien weten ze vaak niet wanneer hun werkdag eindigt. Daarnaast wordt van journalisten verwacht dat ze flexibel met hun eigen werk kunnen omspringen. Het is immers mogelijk dat hun stuk verandert, wordt ingekort, of zelfs niet wordt gepubliceerd. Het is dan belangrijk om al die veranderingen te aanvaarden.

11. Stressbestendigheid

Een journalist staat onder druk, hij moet immers rekening houden met heel wat deadlines. Daardoor is het van cruciaal belang om als journalist een goede planning te maken. Uitstelgedrag is uit den boze. Het is bovendien belangrijk om te onthouden dat stress nu eenmaal niet weg te denken is bij de job.

Goris en Delforge (2012) geven toe dat deze lijst subjectief en eindeloos is. Om een vollediger beeld van het ideale profiel van een journalist te krijgen, kan gekeken worden naar het profiel waarnaar bachelor- en masteropleidingen journalistiek zoeken. Deze opleidingen focussen immers specifiek op studenten die aan een profiel voldoen dat zorgvuldig wordt opgesteld. Hieronder volgt een overzicht van Vlaamse bachelor- en masteropleidingen journalistiek. Enkel de opleidingen die rechtstreeks naar een diploma journalistiek leiden zijn in dit overzicht opgenomen. Alle overige audiovisuele opleidingen en media- en communicatiestudies die eventueel naar een job binnen de journalistiek kunnen leiden werden buiten beschouwing gelaten.

2.5.1 Bacheloropleidingen

Artesis Plantijn Hogeschool Antwerpen³:

“Jij staat graag achter de camera of microfoon. Met kritische vragen in je hoofd, klaar om een meeslepende reportage te maken of een puntig opiniestuk te schrijven. Je houdt van taal, bent mee met de actualiteit en hebt een brede kijk op de maatschappij. Sterker nog: je wil straks écht een rol spelen in die samenleving.

[...] Zegt iedereen altijd dat je nieuwsgierigheid geen grenzen kent? Stel jij je niet tevreden met een oppervlakkig antwoord en wil je steeds meer achtergrondinformatie zodat je de actualiteit beter kan begrijpen? Dan is de opleiding Journalistiek wellicht iets voor jou, zeker als je ook nog eens taalvaardig bent en een vlotte pen hebt.” (z.p.)

³ Geraadpleegd op 5 mei 2019 via <https://www.ap.be/opleiding/journalistiek>

Arteveldehogeschool⁴:

"[...] Moet ik sterk zijn in talen? Sterk zijn is veel gezegd, maar uiteraard heb je wel een liefde voor taal, zowel gesproken als geschreven. Nederlands, Frans en Engels staan op je programma.

Moet ik goed overweg kunnen met computers? Ja. Belangrijk is ook dat je graag werkt met laptops, smartphones, tablets... De digitale media maken een belangrijk deel uit van het opleidingsprogramma.

Moet ik flexibel zijn? Dat spreekt voor zich. Als er één job is die zich niet laat leiden door de klok, is het wel de journalistiek. Net als journalisten vandaag ben je dus flexibel, zowel qua dagindeling als qua vakantieregeling. Je gaat er voor de volle honderd procent voor, leert omgaan met strakke deadlines en gaat zelfstandig werken." (z.p.)

Erasmushogeschool Brussel⁵:

"[...] Dan beschik je alvast over een belangrijke kwaliteit die alle journalisten gemeen hebben: nieuwsgierigheid. 'De journalistieke reflex', zoals dat heet. Op elk moment openstaan voor interessante verhalen, ervaringen en meningen om die op een boeiende manier met anderen te delen. [...] Waar je gevat kan zijn wanneer nodig, maar ook kritisch als het moet. [...]" (z.p.)

HoWest⁶:

"Je bent nieuwsgierig, gedreven en een doorzetter? [...] Je kijkt met een open, kritische blik naar de wereld om je heen. Je bent een nieuwsgierige doorzetter. Je wil je lezers, luisteraars of kijkers vertellen wat er in de wereld écht gebeurt. Want jij bent hun extra paar ogen en oren. Of je nu voor de geschreven pers wilt werken, of voor radio of televisie, of je bent nieuwsanker voor een grote zender, of je gaat liever regionaal aan de slag: je valt altijd op je pootjes. Je bent vlot met taal. Je luistert actief naar je gesprekspartner. Je pikt op het juiste moment in. Je kan die ene goede quote versieren. [...]" (z.p.)

⁴ Geraadpleegd op 5 mei 2019 via

<https://www.arteveldehogeschool.be/opleidingen/bachelor/journalistiek/iets-voor-jou>

⁵ Geraadpleegd op 5 mei 2019 via

https://www.erasmushogeschool.be/nl/opleidingen/journalistiek#field_what_can_you_expect

⁶ Geraadpleegd op 5 mei 2019 via <https://www.howest.be/nl/opleidingen/bachelor/journalistiek>

PXL⁷:

“Ben je nieuwsgierig? Ben je een nieuwsvreter? Ben je kritisch op jezelf en de samenleving? Is taal ook jouw ding? En heb je er absoluut geen probleem mee om je in te zetten in een stresserende omgeving? Dan is de opleiding Journalistiek vast iets voor jou! [...]

Misschien sluimeren er al een aantal journalistieke eigenschappen in jou, zoals durf, creativiteit, luisterbereidheid en dynamisme. Kan je plannen en werken met deadlines? Dan zijn dat zeker pluspunten. Lever je al bijdragen voor een schoolkrant, website, voor je eigen blog, ... dan mag je dat zeker ook zien als een sterke troef. [...] Jouw interesses: Ben je nieuwsgierig? Gebeten om te weten? Heb je een brede en open kijk op de wereld? Ben je kritisch? Heb je zin voor accuraatheid en een juiste weergave van feiten? Ben je assertief? Leg je makkelijk contact met andere mensen? Werk je vlot in een team? Ben je flexibel? Bereid om levenslang te leren? Heb je een gezonde dosis ondernemingszin? Hou je van taal en wil je je taalvaardigheid constant bijschaven?” (z.p.)

Thomas More⁸:

“Je ontmoet graag mensen en bent benieuwd naar hun verhaal. Je wil weten hoe iets écht in elkaar zit en dat overbrengen naar je publiek. Je hebt een brede interesse en bent graag bezig met taal. Je houdt van afwisseling en uitdaging. [...]” (z.p.)

UGent⁹:

“Cruciaal is dat jij interesse hebt om de samenleving grondig en systematisch te bestuderen op het vlak van menselijke communicatie. Dat impliceert dat je sterk geïnteresseerd bent in media en communicatie en de impact die ze hebben op de samenleving. Je volgt de actualiteit op en je hebt een open en kritische geest. Verschillende verklaringsmodellen en theorieën vergelijken en kritisch afwegen schrikt jou zeker niet af. Je hebt geen specifieke voorkennis nodig. Een werkbare taalvaardigheid (Nederlands, Engels en Frans) is wel van belang, zowel om teksten goed en snel te kunnen analyseren als om zelf presentaties te maken, problemen te formuleren enz.” (z.p.)

Dit is het profiel van de bacheloropleiding communicatiewetenschappen die rechtstreeks naar de masteropleiding communicatiewetenschappen met afstudeerrichting journalistiek kan leiden. De masteropleiding beschikt niet over een specifiek profiel maar aangezien studenten rechtstreeks kunnen doorstromen vanuit de bacheloropleiding kan gesteld worden dat het profiel van de bacheloropleiding ook belangrijk is voor de masteropleiding.

⁷ Geraadpleegd op 5 mei 2019 via <https://www.pxl.be/journalistiek>

⁸ Geraadpleegd op 5 mei 2019 via <https://www.thomasmore.be/opleidingen/professionele-bachelor/journalistiek-overzicht/journalistiek>

⁹ Geraadpleegd op 5 mei 2019 via <https://studiekiezer.ugent.be/bachelor-of-science-in-de-communicatiewetenschappen>

2.5.2 Masteropleidingen

KU Leuven campus Antwerpen¹⁰:

“Is deze opleiding iets voor jou? Je bent geboeid door de binnen- en buitenlandse actualiteit. Je voelt je geroepen om complexe materies op een bevattelijke manier uit te leggen. Je hebt een brede algemene vorming. Je hebt een kritische geest. Je bent creatief.” (z.p.)

KU Leuven campus Brussel¹¹:

“Is deze opleiding iets voor jou? Je wil de actualiteit tot in detail uitpluizen. Je hebt een uitgesproken interesse voor cultuur, media en communicatie. Je wil de verschillende facetten van het medialandschap ontdekken. Je bent kritisch van geest en gelooft niet zomaar alles wat je hoort. Je bent een denker én een doener.” (z.p.)

VUB¹²:

“[...] Taal is van cruciaal belang: veel aandacht gaat naar taalbeheersing, spreek- en schrijfvaardigheid, maar ook naar de academische studie van taal als communicatiemiddel.” (z.p.)

Ook journalisten zelf hebben een visie over het ideale profiel waaraan iemand moet voldoen om hun beroep uit te oefenen. Uit een survey waaraan 2238 respondenten uit Groot-Brittannië, Estland, Duitsland, Italië, Polen en Zweden deelnamen, blijken heel wat vaardigheden van tel. De belangrijkste vaardigheden die in deze studie naar voren komen zijn: schrijven, interviewen, researchen, redigeren, multimediakennis, grafische kennis, leidinggevende kwaliteiten, netwerken, teamwork en tijdsbeheer (Örnebring en Mellado, 2018).

¹⁰ Geraadpleegd op 5 mei 2019 via

https://onderwijsaanbod.kuleuven.be/opleidingen/n/CQ_51230584.htm#activetab=profiel

¹¹ Geraadpleegd op 5 mei 2019 via

https://onderwijsaanbod.kuleuven.be/opleidingen/n/CQ_51854612.htm#activetab=profiel

¹² Geraadpleegd op 5 mei 2019 via <https://www.vub.ac.be/opleiding/journalistiek#programma>

Wanneer de journalistieke competenties van Goris en Delforge (2012), de ideale profielen van bachelor- en masteropleidingen journalistiek en het ideale profiel van journalisten (Örnebring en Mellado, 2018) naast elkaar worden gelegd, valt op dat de meerderheid van de vaardigheden ondergebracht kunnen worden in de categorieën van Goris en Delforge (2012). Enkel interviewen, researchen, redigeren, grafische kennis, leidinggevende kwaliteiten en creativiteit worden niet specifiek in de categorieën van Goris en Delforge (2012) opgenomen, maar de eerste vijf vaardigheden kunnen daarmee wel in verband worden gebracht. In deze vaardigheden komen o.a. taalvaardigheid, nieuwsgierigheid, wegwijs op het web en sociale media en contactvaardigheid en sociale competenties naar voren. Creativiteit wordt daarentegen beter als een aparte, nieuwe categorie beschouwd aangezien deze competentie vaak al dan niet impliciet vermeld wordt en toch niet door Goris en Delforge (2012) als een van de kerncompetenties werd omschreven.

2.6 Synthese

Populaire cultuur is een verzameling beschikbare artefacten waaronder films, televisieprogramma's, muziek, reclameboodschappen, kleding enzovoort (Hebdige, 1988; Strinati, 2004). Mensen die in westerse, kapitalistische maatschappijen leven, worden steeds vaker beïnvloed door populaire cultuur die via de massamedia wordt verspreid (Strinati, 2004). De representatie van de journalist in populaire cultuur is bepalend voor het beeld dat het publiek van echte journalisten heeft (Saltzman, 2005; Ehrlich, 2009, McNair, 2012). De representatie van de journalist in populaire cultuur werd al onderzocht aan de hand van de typologieën van Saltzman (2005) in combinatie met elementen die de realiteitswaarde van het journalistiek werk en de journalistieke cultuur in populaire cultuur blootleggen. Een vergelijking tussen de fictieve journalist (het personage) en een echte journalist qua beroepsprofiel kon tot nu toe nog niet gevonden worden. Populaire cultuur heeft nochtans een invloed op de studie- en carrièrekeuze van het publiek (King en Multon, 1996; Larsen et al. 2003; Di Pietro, 2016; Bultinck, geciteerd in Van Gorp, 2018). Aangezien de journalistiek een ideaal profiel voorziet waaraan een toekomstige student of beoefenaar van het beroep moet voldoen, kan op basis van dat profiel nagegaan worden in welke mate het publiek dat ideale profiel bevestigt of ontkracht ziet in populaire cultuur.

In deze studie wordt onder andere nagegaan of de fictieve journalisten net zo 'ideaal' worden voorgesteld als het vereiste profiel van dat beroep in het echte leven. Aangezien de samenstelling van het ideale profiel in dit onderzoek gebaseerd is op Vlaamse bachelor- en masteropleidingen en de journalistieke competenties van Goris en Delforge (2012), wordt het ideale profiel afgetoetst aan een Vlaamse fictiereeks. Hierbij werd gekozen voor de Vlaamse telenovelle *LouisLouise* omdat deze reeks zich gedurende 200 afleveringen grotendeels afspeelt op een redactie en in een radiostudio. Door dit grote aantal beschikbare data vormt de serie de ideale casestudy om een breder zicht te krijgen op de representatie van de journalist in Vlaamse populaire cultuur.

De onderzoeksvragen van deze studie luiden als volgt:

OV1: Welke journalistieke types van Saltzman (2005) komen aan bod in LouisLouise?

OV2: Hoe worden de journalistieke types van Saltzman (2005) voorgesteld?

OV3: In welke mate zijn de journalistieke competenties van Goris en Delforge (2012) bij de journalisten in LouisLouise aanwezig?

Op basis van de beschikbare literatuur werd de volgende hypothese geformuleerd:

H1: Vrouwelijke journalisten worden standaard voorgesteld als sob sister (Saltzman, 2005)

Uit het onderzoek zal blijken of de volgende verwachtingen al dan niet worden ingelost:

V1: Slechts een beperkt aantal types van Saltzman (2005) komt aan bod

V2: Bepaalde personages passen niet binnen de typologie van Saltzman (2005)

V3: De journalisten in LouisLouise beschikken niet over de journalistieke competenties van Goris en Delforge (2012)

3. Verhaallijn en personages LouisLouise

De Vlaamse telenovelle LouisLouise werd van 24 september 2008 tot 25 juni 2009 uitgezonden op VTM en telt 200 afleveringen. De regisseurs van de reeks zijn Douglas Boswell, Jeroen Dumoulein, Kurt Vervaeren en Dominik Vanheusden (IMDb, 2019). In 2009 lagen de kijkcijfers van de meest bekeken aflevering van LouisLouise zo hoog dat de telenovelle de 24^e plaats in de top 100 van tv-programma's in Vlaanderen kreeg. Deze aflevering trok maar liefst 1,1 miljoen kijkers (CIM, 2009; De Morgen, 2009). De telenovelle was hierdoor net iets minder populair dan Het Journaal (plaats 21) en populairder dan Sporza wielrennen Parijs-Roubaix (plaats 28) (CIM, 2009).

3.1 Verhaallijn

Het verhaal is gebaseerd op de Argentijnse telenovelle Lalola (MO* Magazine, 2010). De Vlaamse versie gaat over Louis De Roover, de succesvolle hoofdredacteur van het mannenblad Don en rokkenjager eerste klas. Op een dag spreekt een boze ex-vriendin een vloek over hem uit waardoor hij wakker wordt in het lichaam van een vrouw. Vanaf dan probeert hij als Louise, de zogezegde nicht van Louis, de redactie te runnen en zijn geheim voor zijn collega's te verstoppen door te zeggen dat Louis in Canada bij zijn zieke vader zit. Als vrouw wordt Louis verliefd op art director Thomas. Uiteindelijk blijkt Louis niet zomaar in een vrouw te zijn veranderd, maar is er sprake van een gedaanteverwisseling. Louis zit in het lichaam van Inge en Inge in dat van Louis. Die laatste noemt zichzelf als man Jeroen en weet in haar gedaante als man het hart van radio-presentatrice Charlotte te veroveren. Op het einde van de serie krijgen Louise en Jeroen de kans om de gedaanteverwisseling ongedaan te maken. Door de liefde maken ze allebei de keuze om dat niet te doen.

Het grootste deel van het verhaal speelt zich af op een redactie of in een radiostudio. Hierdoor vormt de serie een interessante case study om de representatie van de journalist in Vlaamse populaire cultuur te analyseren.

3.2 Hoofdpersonages

Personage	Beschrijving	Acteur/actrice
Louis De Roover	Oorspronkelijke hoofdredacteur van Don.	Axel Daeseleire
Louise De Roover	Louis na zijn transformatie. Ze wordt verliefd op Thomas doorheen het verhaal.	Hilde De Baerdemaeker ¹³
Thomas Lesaffer	Art director van Don. Hij heeft afwisselend relaties met Natalie en Louise. Daarnaast heeft hij samen met zijn ex-vrouw Sofie een dochter, Femke.	Roel Vanderstukken

¹³ Won een Vlaamse televisiester voor haar rol als Louise De Roover (VTM, 2019).

Charlotte De Wilde	Beste vriendin van Louis/Louise. Ze is psycholoog van opleiding, maar heeft haar eigen radioprogramma <i>Het hart op de tong</i> op Radio Bavo. Ze is verliefd op Louis, maar heeft uiteindelijk relaties met Maarten, Vic en Jeroen. Doorheen het verhaal is Charlotte de vertelster.	Ianka Fleerackers
Kaat Coucke	Redactrice mode en showbizz van Don. Ze laat makkelijk over zich heen wandelen waardoor ze steeds aan zichzelf twijfelt. Ze wordt onverwacht verliefd op Patrick.	An Vanderstighelen
Patrick Maes	Redacteur sport en lifestyle van Don. In tegenstelling tot zijn vrienden is hij helemaal geen vrouwenmagneet. Uiteindelijk kan hij toch Kaat verleiden.	Steve Geerts

Tabel 1: Hoofdpersonages

3.3 Personages met journalistieke functies

Personage	Beschrijving	Acteur/actrice
Vic Mutsaerts	General manager van Don en uitgeverij Hercules. Hij heeft relaties met Claudia en Charlotte.	Rudy Morren
Bruno Sels	Human Resource manager van Don en uitgeverij Hercules. Hij heeft een affaire met Anouk. Bovendien heeft hij een bloedhekel aan Louise omdat hij zelf hoofdredacteur wil worden.	Werner De Smedt
Natalie Mutsaerts	Dochter van Vic (hoewel ze later ontdekt dat Theo haar biologische vader is). Ze is hopeloos verliefd op Thomas en heeft daardoor een hekel aan Louise.	Eline De Munck
Harold Verheyen	General manager van High Five, moederbedrijf van Hercules.	Bram Kwekkeboom
Theo Vynckier	Vertegenwoordiger van de investeerders van High Five.	Manou Kersting
Claudia Mutsaerts-Beel	Mede-eigenares van Don en uitgeverij Hercules. Ze is de (ex-)vrouw van Vic.	Elke Dom
Maarten Stevens	Nethoofd van Radio Bavo.	Herbert Bruynseels
Jasper -Elvis- De Roeck	Rechterhand van Charlotte in de radiostudio.	Ward Kerremans

Evy	Radiopresentatrice bij Radio Bavo.	Grietje Vanderheijden
Charles	Tijdelijke art director bij Don.	Dieter Troubleyn
Manu	Tijdelijke art director bij Don.	Kristof Verhassel
Mattias	Ex-lief van Natalie en regisseur bij AVS.	Han Coucke
Overige journalisten	Alle personages die journalisten binnen de geschreven en audiovisuele pers vertolken.	Onbekende acteurs

Tabel 2: Personages met journalistieke functies

3.4 Andere personages (zonder journalistieke functie)

Personage	Beschrijving	Acteur/actrice
Anouk Van Hoof	Sales manager van Don en uitgeverij Hercules	Bieke Ilegems
Jana Pattyn	Receptioniste van Don en uitgeverij Hercules	Kim Hertogs
Nico Messiaen	Koerier van Don en uitgeverij Hercules	Matteo Simoni
Jeroen Vermeulen	Hij was in een vorig leven Inge, de persoon in wiens lichaam Louis is terechtgekomen.	Axel Daseleire

Tabel 3: Andere personages (zonder journalistieke functie)

4. Methode

Om de bovengenoemde onderzoeksvragen te beantwoorden werd een inhoudsanalyse van de Vlaamse telenovelle *LouisLouise* uitgevoerd. Het corpus telt 200 afleveringen waarbij de eerste en tweede aflevering één lange aflevering vormen. Door het uitgebreide corpus werden enkel de scènes geanalyseerd waarin activiteiten getoond worden die, volgens de fictiereeks, tot het takenpakket van een journalist behoren. De journalistieke activiteiten zelf werden niet geanalyseerd, ze zijn louter een manier om de data te verzamelen en te ordenen. In totaal werden er 363 scènes geselecteerd en geanalyseerd¹⁴. Zowel de hoofdpersonages Louis, Louise, Thomas, Patrick, Kaat, Charlotte als andere personages met een journalistieke functie werden geanalyseerd. De afleveringen werden meermaals bekeken en gecodeerd volgens het volgende schema:

1. De volledige 200 afleveringen werden bekeken. Tijdens het kijken werden de scènes waarin journalistieke activiteiten voorkomen, geselecteerd en benoemd¹⁵. Deze scènes werden afgebakend in tijd. De duur van een scène is in deze studie niet relevant aangezien de duur van de volledige scène werd gecodeerd in plaats van de duur van de journalistieke activiteit. Dit werd gedaan om naast de journalistieke activiteit, zoveel mogelijk van de karaktereigenschappen van de personages in de analyse op te nemen. Daarnaast werd per scène aangeduid welke hoofdpersonages en personages met een journalistieke functie erin voorkomen. De personages die per scène gecodeerd werden, zijn aanwezig in de scène maar vervullen daarom niet altijd in elke scène waarin ze aan bod komen een belangrijke rol. De aanduiding van deze personages dient dan ook louter om de scène zo snel mogelijk terug te vinden.¹⁶
2. De geselecteerde scènes werden opnieuw bekeken. De voorgaande codering werd gecontroleerd. De types van Saltzman (2005) en eventuele nieuwe types werden uit de scènes gehaald. De personages werden gescreend op de journalistieke competenties van Goris en Delforge (2012) en eventuele nieuwe vaardigheden. De scènes werden getranscribeerd.¹⁷
3. De scènes werden opnieuw bekeken en de voorgaande coderingen en transcripties werden gecontroleerd. De transcripties werden geanalyseerd door ze te vergelijken met de omschrijvingen in de bovengenoemde literatuur.

¹⁴ In afleveringen 18,22,25,26,27,38,40,41,67,69,75,78,83,84,85,86,87,89,92,95,98,99,103,104,105, 106,112,114,116,118,119,122,124,125,126,127,131,132,134,135,153,157,160,163,164,165,166,167, 170,172,173,174,177,178,179,180,181,185,187,192 konden geen journalistieke activiteiten gevonden worden omdat deze afleveringen vooral focussen op de romantische verhaallijn.

¹⁵ Zie bijlage 1: Codering journalistieke activiteiten

¹⁶ In bijlage 1 werden de hoofdpersonages apart geanalyseerd. De andere personages met een journalistieke functie zijn de personages die in paragraaf 3.3 van het vorige hoofdstuk worden besproken. Aangezien de meesten van deze personages slechts beperkt in de telenovelle voorkomen, behoren ze in bijlage 1 tot een grote restgroep. Omwille van het feit dat deze codering slechts gebruikt werd om snel bepaalde scènes terug te vinden, werden alle scènes waar de personages uit bovengenoemde paragraaf in voorkomen, gecodeerd met een 'X' zonder een onderscheid te maken. Uit de transcripties valt af te leiden welke personages in een bepaalde scène aanwezig zijn.

¹⁷ Zie bijlage 2: Codering typologieën en competenties en 3: Transcripties

4.1 Codering

Bij de selectie van de scènes met de journalistieke activiteiten werden 27 journalistieke activiteiten gecodeerd. Hieronder volgt een opsomming van de activiteiten alsook een uitleg die omschrijft op basis van welke elementen deze activiteiten geregistreerd werden. De activiteiten staan zowel hieronder als in het codeerschema (bijlage 2) op volgorde van frequentie¹⁸:

1. Radio-uitzending (56 scènes)
Deze activiteit omvat alle radio-uitzendingen die in de radiostudio plaatsvinden. Uitzendingen waarbij de studio niet in beeld komt, worden niet tot deze categorie gerekend. Deze uitzendingen vallen onder de activiteit *actualiteit raadplegen* omdat een uitzending waarbij de studio niet in beeld kwam steeds beluisterd werd door anderen. Ook scènes die zich afspelen in de radiostudio maar waarbij geen radio wordt gemaakt, tellen niet mee in deze categorie.
2. Overleg met baas (41 scènes)
De activiteit omvat alle scènes waarin een journalist officieel overleg pleegt met eender welke mediabaas.
3. Vormgeving magazine (38 scènes)
Deze activiteit omvat alle brainstorm- en feedbackmomenten met betrekking tot de vormgeving van het magazine.
4. Redactievergadering (31 scènes)
Deze activiteit omvat alle vergaderingen van de redactie die betrekking hebben tot de magazines Don, Ma(Don)a of DIVA.
5. Feedback krijgen of geven (24 scènes)
Deze activiteit omvat alle feedback die gegeven wordt die geen betrekking heeft tot de vormgeving van het magazine. Ook feedback met betrekking tot radio- of tv-uitzendingen hoort hierbij.
6. Personeelsvergadering (18 scènes)
Deze activiteit omvat alle vergaderingen van de redactie (en eventueel overige personeelsleden) die betrekking hebben tot het bestuur van het bedrijf.

¹⁸ Het is mogelijk dat bepaalde scènes onder meerdere journalistieke activiteiten passen. Aangezien dit systeem louter een manier is om het grote corpus te ordenen werd ervoor gekozen om elke relevante scène slechts eenmaal onder te brengen in een bepaalde journalistieke activiteit. Om dit te doen, werd steeds naar het belangrijkste element van de scène gekeken. Aangezien pas tijdens de codering werd beslist om dit systeem toe te passen, werden 2 scènes bij vergissing dubbel gecodeerd. Het gaat om scènes 117 en 196. Er werd in de analyse geen rekening gehouden met deze scènes. Ze zijn echter wel behouden in het codeerschema om de nummering van de scènes niet in de war te sturen.

7. Fotoshoot (17 scènes)
De activiteit omvat alle scènes waar in een professionele context foto's getrokken worden.
8. Overleg en brainstorm redactie (14 scènes)
Deze activiteit omvat alle momenten waarop de redactieleden buiten de vergaderzaal met elkaar overleggen of brainstormen over de inhoud van één van de magazines, een radioprogramma of tv-uitzending.
9. Artikels schrijven (13 scènes)
Deze activiteit omvat alle momenten waarop de journalisten artikels schrijven of tenminste een poging ondernemen om artikels te schrijven.
10. Leidinggeven (12 scènes)
Deze activiteit omvat alle momenten waarop een personage de leiding neemt op de redactie.
11. Contact met investeerders (11 scènes)
Deze activiteit omvat alle contactmomenten tussen de journalisten en de investeerders. De investeerders zijn de personages Theo en Harold van het moederbedrijf High Five.
12. Overleg tussen redactie en financiën (11 scènes)
Deze activiteit omvat de scènes waarin overleg gepleegd wordt tussen de financiële afdeling van het bedrijf en de journalisten.
13. Tv-uitzending (10 scènes)
Deze activiteit omvat de scènes waarin een tv-uitzending opgenomen en al dan niet live uitgezonden wordt.
14. Overwerken (6 scènes)
Deze activiteit omvat de scènes waarin de journalisten overwerken.
15. Verwerken foto's (6 scènes)
Deze activiteit omvat alle momenten waarop foto's worden opgeslagen, verwerkt, bewerkt, enzovoort.
16. Personeel ontslaan of aannemen (5 scènes)
Deze activiteit omvat alle keren dat er een personage door een ander personage met een journalistieke functie ontslagen of aangenomen wordt.
17. Schetsen (5 scènes)
Deze activiteit omvat alle scènes waarin schetsen gemaakt worden voor de vormgeving van het magazine.

18. Contact met adverteerders (4 scènes)

Deze activiteit omvat alle contactmomenten tussen de journalisten en de adverteerders. De adverteerders zijn onbekende personages die in een van de mediaproducten in de telenovelle willen adverteren.

19. Interview afnemen (4 scènes)

Deze activiteit omvat alle interviews die afgenomen worden door journalisten.

20. Actualiteit raadplegen (3 scènes)

Deze activiteit omvat alle keren waarop journalisten de actualiteit raadplegen. Hierbij werd enkel geregistreerd wanneer ze oprecht interesse hadden in het nieuws. De keren waarop ze de actualiteit raadplegen gewoon om elkaar te zien werden niet meegeteld.

21. Race tegen deadline (3 scènes)

Deze activiteit omvat alle keren waarop een journalist specifiek bepaalde zaken uit zijn persoonlijk leven laat liggen om een deadline te halen. Deze activiteit werd enkel geregistreerd wanneer de deadline het belangrijkste onderdeel van de scène was. Bepaalde scènes waarin andere journalistieke activiteiten belangrijker zijn, kunnen eventueel ook een race tegen de deadline bevatten, maar werden niet binnen deze activiteit geregistreerd.

22. Research (3 scènes)

Deze activiteit omvat alle manieren waarop journalisten research doen voor hun werk.

23. Telefoneren (3 scènes)

Deze activiteit omvat alle momenten waarop journalisten telefoneren in verband met hun werk.

24. Contract afsluiten (2 scènes)

Deze activiteit omvat alle scènes waarin journalisten contracten afsluiten.

25. Mails versturen (2 scènes)

Deze activiteit omvat alle scènes waarin journalisten mails versturen.

26. Boekhouding (1 scène)

Deze activiteit omvat alle scènes waarin journalisten zich bezighouden met de boekhouding.

27. Interviewee artikel laten nalezen (1 scène)

Deze activiteit omvat alle momenten waarop journalisten hun artikels laten nalezen door hun interviewee, of tenminste dat voorstel doen.

Daarnaast konden nog twee nevenactiviteiten geregistreerd worden. Deze activiteiten behoren niet tot het takenpakket van de journalist in de telenovelle, maar bevatten wel informatie over de manier waarop het beroep door de serie wordt voorgesteld. Het gaat hierbij over activiteiten die de journalistiek omschrijven:

1. Journalist wordt (h)erkend (11 scènes)

Deze activiteit omvat de scènes waarin een journalist herkend wordt door anderen of erkenning krijg voor zijn of haar werk.

2. Praten over journalistiek werk (6 scènes)

Deze activiteit omvat alle scènes waarin de journalisten zelf over hun werk praten.

Bijlage 2 bevat een opsomming van alle scènes per journalistieke activiteit en een telling van de typologieën en journalistieke competenties die per scène voorkomen. Eventuele nieuwe typologieën en competenties werden pas achteraf toegevoegd en worden zowel in bijlage 2 als 3 in een andere kleur weergegeven.

4.2 Transcriptie

De transcripties zijn gebaseerd op de spreektaalige (non-)verbale communicatie van de geanalyseerde personages en de verhalen van de vertelstem¹⁹. Per journalistieke activiteit werden telkens de scènes die tot een bepaalde activiteit behoren in volgorde getranscribeerd. Er werd gekozen om steeds de volledige scène uit te schrijven met uitzondering van aarzelingen en informatie die niet in verband gebracht kon worden met journalistiek werk, de typologie van Saltzman (2005) of de journalistieke competenties van Goris en Delforge (2012). Dat wil zeggen dat de gebeurtenissen met betrekking tot de romantische verhaallijn niet in de transcriptie werden opgenomen tenzij deze gebeurtenissen tijdens een journalistieke activiteit plaatsvonden. Verder staan de journalistieke activiteiten ook in de transcripties (bijlage 3) in volgorde van frequentie²⁰.

Elke transcriptie werd vervolgens ondergebracht in een of meerdere typologieën van Saltzman (2005) en/of journalistieke competenties van Goris en Delforge (2012). Zinnen en/of dialogen die in de transcriptie van elkaar af geschreven worden, maar die wel onder dezelfde typologie of journalistieke competentie behoren, worden apart geteld. Ze worden gezien als aparte verwijzingen naar dezelfde categorie omdat ze elk op een andere manier naar de categorie in kwestie verwijzen. De personages die de typologie of competentie in kwestie tot uiting brengen, staan in de transcripties steeds vetgedrukt. In bijlage 3 is te zien hoe de transcripties werden onderverdeeld.

¹⁹ De scènes werden in de originele spreektaal die in de telenovelle gesproken wordt getranscribeerd omdat deze masterproef de taalvaardigheid van de personages tracht te analyseren.

²⁰ Er werden scènes gecodeerd als journalistieke activiteit die geen verwijzingen naar een typologie of journalistieke competentie bevatten. Bij deze scènes staat een '/' bij de transcriptie, gevolgd met een korte uitleg over wat er in de scène in kwestie gebeurt. Die uitleg verduidelijkt waarom er geen typologie of competentie vastgesteld kon worden.

4.3 Analyse

De transcripties werden geanalyseerd door de personages één of meerdere typologieën van Saltzman (2005) en/of journalistieke competenties van Goris en Delforge (2012) toe te kennen. Dat gebeurde door de (non-)verbale communicatie van de personages en de verhalen van de vertelstem te vergelijken met de omschrijvingen van de typologieën en competenties. Zowel bevestigingen als weerleggingen van de typologieën en journalistieke competenties werden in de analyse opgenomen. Aangezien zowel gekeken werd naar de typologieën als naar de competenties, werden bepaalde stukken tekst per scène meermaals geanalyseerd. Achter een verwijzing naar een typologie van Saltzman (2005) ging immers regelmatig een verwijzing naar een andere typologie of een of meerdere journalistieke competenties van Goris en Delforge (2012) schuil. De frequentie waarmee een bepaald personage een typologie of competentie tot uiting brengt is voor dit onderzoek minder belangrijk aangezien de nadruk van deze studie ligt op de manier waarop deze elementen door de personages tot uiting worden gebracht.

5. Resultaten

In dit hoofdstuk worden de verwijzingen naar de typologie van Saltzman (2005) en de journalistieke competenties van Goris en Delforge (2012) in de geselecteerde scènes met betrekking tot journalistieke activiteiten opgesomd en besproken. De typologieën en competenties worden opgesomd in volgorde van hun frequentie in de telenovelle. Eerst wordt weergegeven hoe vaak er naar een bepaalde typologie of journalistieke competentie wordt verwezen, welke personages deze typologie of competentie het vaakst vertolken en in welke journalistieke activiteiten ze tot uiting komen (met frequentie). Vervolgens wordt dieper ingegaan op de representatie van deze elementen in de telenovelle. De voetnoten die in de bespreking gebruikt worden, verwijzen naar voorbeeldscènes die de analyse het best illustreren²¹. De vetgedrukte journalistieke activiteiten zijn de activiteiten waarin de typologie of journalistieke competentie in kwestie het vaakst voorkomen. Het totale aantal geobserveerde typologieën en journalistieke competenties kunnen in bijlage 2 geraadpleegd worden. De volledige transcripties zijn beschikbaar in bijlage 3.

5.1 Typologie van Saltzman

5.1.1 Redacteur

Totaal aantal verwijzingen	177
Vertolkt door ²²	Louis, Louise, Bruno, Kaat, Patrick
Journalistieke activiteiten	radio-uitzending (1), overleg met baas (24) , vormgeving magazine (31) , redactievergadering (47) , feedback krijgen of geven (10) , personeelsvergadering (6), fotoshoot (2), overleg en brainstorm redactie (7), artikels schrijven (7), leidinggeven (22) , contact met investeerders (3), overleg redactie/financiën (2), personeel ontslaan/aannemen (4), contact met adverteerders (2), interview afnemen (1), actualiteit raadplegen (1), race tegen deadline (1), research (1), telefoneren (4), contracten afsluiten (1)

Tabel 4: Resultaten redacteur

²¹ Over het algemeen wordt getracht vijf voorbeeldscènes te voorzien. Dit aantal kan variëren naargelang het aantal personen op wie de scènes betrekking hebben of naargelang het aantal beschikbare scènes die een bepaalde analyse ondersteunen. Wanneer er slechts een of twee scènes als voorbeeld worden gebruikt, wil dat niet zeggen dat de analyse die erbij hoort minder relevant is. Elke analyse bevestigt of ontkracht immers de literatuur.

²² Thomas neemt in scènes 175 en 176 de rol van hoofdredacteur op zich omdat Louise met stemproblemen zit. Daarnaast gedraagt Patrick zich in scène 62 ook eens als hoofdredacteur tegenover Kaat, zonder succes.

In zijn bespreking van de redacteur verdeelt Saltzman (2005) deze typologie in subcategorieën zoals o.a. de hoofd- en eindredacteur. De redacteur komt in de telenovelle in deze subcategorieën tot uiting. Doorheen de serie is er echter veel verwarring tussen deze termen. Zo noemt Claudia Louise in aflevering 49 *eindredacteur* en in aflevering 53 *hoofdredeacteur*. In aflevering 72 wordt Bruno benoemd tot *eindredacteur*, maar door deze functiewissel wil Thomas dat Louise terug *hoofdredeacteur* wordt. Bruno wordt in aflevering 80 *hoofdredeacteur*, en in aflevering 81 *eindredacteur* genoemd waarna hij later in dezelfde aflevering weer de titel *hoofdredeacteur* draagt. In aflevering 90 krijgt Louise haar functie als *eindredacteur* terug, maar in aflevering 99 stelt ze zichzelf voor als *hoofdredeacteur* van Don. Bij verwarring over de functie van één personage is er geen sprake van een functiewissel van die persoon. Verder is er in de serie geen discussie tussen de eindredacteur en de regionaal redacteur (Saltzman, 2005), simpelweg omdat er geen regionaal redacteur in de serie voorkomt. Er zijn echter wel discussies tussen Louise en Bruno, zowel in de functie van hoofd- als eindredacteur. De hoofdredeacteur van Don is Louis. Uit zijn beperkte optreden²³ kan besloten worden dat hij als hoofdredeacteur bepaalde raakvlakken heeft met Saltzman (2005): zo laat hij het werk graag over aan anderen en regelt hij alles liever van achter zijn bureau. Na zijn transformatie neemt Louise de functie van Louis over. Als hoofdredeactrice is Louise iemand die zelf met ideeën naar voren komt en die ideeën regelmatig al heeft uitgewerkt²⁴. Daarmee gaat ze in tegen Saltzman (2005) die stelt dat hoofdredeacteurs zelden zelf werk verrichten. Ze overtuigt de redactie en haar baas van haar ideeën met behulp van haar zakelijk inzicht²⁵. Door haar passie voor haar werk deinst ze er niet voor terug om iedereen haar mening te laten kennen²⁶. Bovendien is Louise niet bang om de redactie te leiden²⁷. Ze bepaalt immers wat al dan niet in het blad verschijnt²⁸. Louise is ook gemachtigd om personeel te ontslaan of aan te nemen. Die macht gebruikt ze echter niet om haar sterreporter te ontslaan, maar om haar art director te ontslaan. Doorheen het verhaal vinden op de redactie van Don een aantal functiewissels plaats. Telkens wanneer Louise bij Don opzijgeschoven wordt, vervangt Bruno haar. De manier waarop hij de rol van hoofdredeacteur invult, komt het meest overeen met de manier waarop Saltzman (2005) deze rol omschrijft. Bruno heeft een grote mond en geeft bevelen aan de mensen die onder hem werken²⁹. Zelf verricht hij amper werk en komt hij zelden af met vernieuwende ideeën³⁰. Hij wil wel het laatste woord over wat er al dan niet in het magazine verschijnt³¹. Verder durft hij ook wel eens alcohol bovenhalen in de vergaderzaal³².

²³ Scènes 1, 3, 4, 58 (flashback)

²⁴ Scènes 25, 112, 221, 228, 233

²⁵ Scènes 123, 293, 304, 314, 351

²⁶ Scènes 91, 100, 248, 316, 340

²⁷ Scènes 9, 75, 83, 129, 138

²⁸ Scènes 32, 79, 152, 179, 228

²⁹ Scènes 190, 197, 201

³⁰ Scènes 183, 187, 190, 198

³¹ Scènes 198, 201

³² Scène 39, 187

Wanneer Kaat met haar eigen geld het blad DIVA opricht, wordt ze zowel mede-eigenaar als hoofdredactrice van het blad. Kaat slaagt er echter niet in om het blad succesvol te maken. Ze is erg vindingrijk³³, maar mist leiderscapaciteiten³⁴ en laat haar ideeën zodanig bijsturen door Natalie dat ze uiteindelijk plagiaat pleegt. In tegenstelling tot de hoofdredacteur volgens Saltzman (2005), heeft Kaat als hoofdredactrice dus geen invloed op wat er in Diva verschijnt³⁵. De onkunde van Kaat als hoofdredactrice uit ze ook als sob sister en onervaren welp.

5.1.2 Sob sister³⁶

Totaal aantal verwijzingen	163
Vertolkt door	Louise, Kaat, Charlotte, Thomas, Vic, Patrick, Maarten, Claudia
Journalistieke activiteiten	radio-uitzending (22), overleg met baas (11), vormgeving magazine (25), redactievergadering (19), feedback krijgen of geven (19), fotoshoot (3), overleg en brainstorm redactie (5), artikels schrijven (5), leidinggeven (12) , contact met investeerders (6), overleg redactie/financiën (3), tv-uitzending (2), overwerken (5), verwerken foto's (4), schetsen (3), contact met adverteerders (1), race tegen deadline (1), research (1), telefoneren (2), contracten afsluiten (2), mails versturen (1), nevenactiviteit journalist wordt (h)erkend (9), nevenactiviteit praten over journalistiek werk (2)

Tabel 5: Resultaten sob sister

De vrouwelijke sob sister in de telenovelle zit net zoals volgens Saltzman (2005) in een dilemma tussen haar ambitie en vrouwelijke frivoliteit. Het toonbeeld van die ambitieuze sob sister die haar mannetje kan staan is Louise³⁷, omdat ze in een vorig leven man was vertoont ze dan ook mannelijke karaktereigenschappen. Daarnaast bewijst Louise als sob sister dat redacteurs een grote mond, maar ook een klein hart hebben. Haar zwakke plek is haar turbulent liefdesleven met collega Thomas³⁸.

³³ Scènes 281, 282

³⁴ Scènes 287, 283, 308, 388

³⁵ Scènes 283, 288

³⁶ Omdat het carrière-element van de sob sister volgens Saltzman (2005) vooral betrekking heeft op vrouwen die hun mannetje staan, werd bij de selectie van mannelijke personages als sob sisters niet gekeken naar hun carrière. Mannelijke personages beschikken namelijk over voldoende andere typologieën (zoals bijvoorbeeld de onvolmaakte mannelijke journalist) waarin hun ambitie tot uiting kan komen.

³⁷ Scènes 34, 25, 152, 319, 336

³⁸ Scènes 56, 106, 119, 235, 267

Kaat is dan weer het emotierijk element van de serie. Ze heeft een turbulent liefdesleven met collega Patrick en is niet vies van ander mannelijk schoon³⁹. Verder mist ze zelfvertrouwen⁴⁰. Hoewel Kaat in een mannenwereld werkt, moet ze zichzelf vooral verdedigen ten opzichte van andere vrouwen⁴¹. Af en toe toont Kaat zich meer zelfzeker en bewijst ze naarmate het verhaal vordert dat ook zij haar mannetje kan staan⁴².

Charlotte bevindt zich in dezelfde tweestrijd als Louise. Enerzijds toont ze zich als sterke carrièrevrouw⁴³, anderzijds wordt ze regelmatig uit haar lood geslagen door haar relaties⁴⁴ met Maarten, Vic en Jeroen. Ze toont zich als frivole vrouw wanneer een stalker haar op de hielen zit⁴⁵. Alle drie de vrouwen worden in scène 363 afgebeeld in een gezin met kinderen. Het is dan onduidelijk of ze hun job al dan niet nog uitoefenen.

Ook Claudia komt (door haar beperkte rol in de telenovelle) beperkt als sob sister in beeld⁴⁶. Een sob sister hoeft echter niet vrouwelijk te zijn. Zo tonen Thomas⁴⁷, Vic⁴⁸, Patrick⁴⁹ en Maarten⁵⁰ zich ook van hun meest emotionele kant wanneer hun ego gekrenkt wordt of bij relatieproblemen met één van de bovengenoemde vrouwelijke sob sisters. De sob sister wordt in deze serie niet als detective voorgesteld. Sob sisters verdrinken hun verdriet wel in de serie, maar niet tijdens de journalistieke activiteiten.

5.1.3 Uitgevers & media-eigenaars

Totaal aantal verwijzingen	122
Vertolkt door ⁵¹	Vic, Theo, Harold, Claudia, Natalie, Kaat, Maarten, Bruno, Vermeersch, meneer Jacobs
Journalistieke activiteiten	radio-uitzending (3), overleg met baas (49) , redactievergadering (20) , feedback krijgen of geven (11) , personeelsvergadering (11) , overleg en brainstorm redactie (4), leidinggeven (1), contact met investeerders (12) , tv-uitzending (2), verwerken foto's (1), personeel ontslaan/aannemen (2), contact met adverteerders (2), actualiteit raadplegen (1), telefoneren (1), boekhouding (1), interviewee artikel laten nalezen (1)

Tabel 6: Resultaten uitgevers & media-eigenaars

³⁹ Scènes 5, 57, 214, 225, 331

⁴⁰ Scènes 41, 60, 129, 190, 242

⁴¹ Scènes 17, 25, 26, 29, 31

⁴² Scènes 62, 161, 252, 331, 349

⁴³ Scènes 97, 98, 169, 170, 180

⁴⁴ Scènes 48, 146, 210, 356, 362

⁴⁵ Scènes 122, 125, 128, 131, 139

⁴⁶ Scène 145

⁴⁷ Scènes 211, 219, 259, 267, 309

⁴⁸ Scènes 11, 32, 46, 109, 148

⁴⁹ Scènes 57, 303, 316

⁵⁰ Scènes 76, 162

⁵¹

Vic is de General Manager van Don en uitgeverij Hercules. In tegenstelling tot Saltzman (2005) wil hij via zijn mediabedrijf geen enkele vorm van macht verwerven. Vic is wel rijk en gaat soms in tegen de journalistieke keuzes van de redactie⁵². Dat doet hij echter niet uit eigenbelang, maar uit onkunde. Over het algemeen is hij heel betrokken bij hetgeen zijn werknemers uitvoeren⁵³. Vic wordt regelmatig aan de kant geschoven door investeerder en General Manager van High Five Harold. In dat geval wordt hij vervangen door Theo, de vertegenwoordiger van de investeerders. Theo beantwoordt het best aan de omschrijving van uitgevers en media-eigenaars van Saltzman (2005). Hij is rijk en machtig en handelt vooral uit eigenbelang, waardoor hij de grootste vijand van de redactie is⁵⁴. Harold is dan weer de grote baas van Vic en Theo. Hij voert regelmatig inhoudelijke en zakelijke wijzigingen door⁵⁵. Wanneer Vic en zijn vrouw Claudia scheiden, wil de mede-eigenares hem opzijshuiven en zelf het bedrijf leiden⁵⁶. Later besluit ze Vic terug aan het hoofd te zetten. Vervolgens wordt Vic door zijn eigen dochter Natalie aan de kant geduwd⁵⁷. Zowel Claudia als Natalie zijn rijk en gebruiken Don, Hercules en later ook DIVA om zelf rijker te worden, maar voeren zelf weinig uit.

Bij de oprichting van het vrouwenblad DIVA wordt Kaat mede-eigenares. Ze heeft echter geen controle over wat er met haar blad gebeurt⁵⁸.

Maarten is de baas van Radio Bavo. Wanneer radiopresentatrice Charlotte zijn liefde niet beantwoordt, misbruikt hij zijn macht om haar radioprogramma en job te boycotten⁵⁹. Later koopt Vic de radiozender over. Wanneer Radio Bavo zijn zendlicentie verliest, weet Bruno de zender te redden waardoor hij de nieuwe baas van de zender wordt. Zowel Vic als Bruno hebben als baas van Radio Bavo eerder een passieve rol.

Vermeersch is de baas van het concurrerend blad Men's World. Hij komt slechts eenmaal aan bod als baas wanneer Thomas tijdelijk beslist om voor hem te werken⁶⁰. Meneer Jacobs is dan weer de persoon die boven Maarten staat bij Radio Bavo. Ook hij komt slechts eenmaal aan bod om de beleidsbeslissingen van Maarten terug te draaien⁶¹.

⁵² Scènes 40, 304, 306, 310

⁵³ Scènes 77, 105, 167, 182, 201

⁵⁴ Scènes 270, 274, 299, 323, 324

⁵⁵ Scènes 84, 203, 204, 206, 324

⁵⁶ Scènes 120, 123, 130, 134, 145

⁵⁷ Scènes 260, 270, 276, 281, 287

⁵⁸ Scène 261

⁵⁹ Scènes 76, 162, 180, 185

⁶⁰ Scène 216

⁶¹ Scène 188

5.1.4 Fotojournalisten & cameramannen

Totaal aantal verwijzingen	54
Vertolkt door	Thomas, Manu, Charles en overige journalisten
Journalistieke activiteiten	vormgeving magazine (13) , redactievergadering (3), feedback krijgen/geven (1), fotoshoot (19) , artikels schrijven (1), contact met investeerders (1), tv-uitzending (4), verwerken foto's (3), personeel ontslaan/aannemen (1), schetsen (5), race tegen deadline (1), nevenactiviteit: praten over journalistiek werk (2)

Tabel 7: Resultaten fotojournalisten & cameramannen

Thomas is de art director van Don. Dat wil zeggen dat hij als fotograaf foto's neemt en bewerkt en bovendien de vormgeving van het magazine verzorgt. Aangezien zijn taak breder is dan die van een fotojournalist beantwoordt hij op weinig vlakken aan de omschrijving van Saltzman (2005). Zo is hij geen journalistieke held of vijand. Hij riskeert zijn leven niet voor de perfecte foto. Ook liegen en bedriegen ligt niet in de aard van Thomas. Aangezien Thomas nooit actiefoto's van gebeurtenissen neemt, is hij wel een meester in het ensceneren van zijn foto's. Slechts eenmaal manipuleert hij beelden om een persoon slechter voor te stellen dan hij in werkelijkheid is⁶².

Ook Thomas wordt regelmatig aan de kant geschoven. In dat geval wordt hij vervangen door Charles of Manu. De serie geeft nooit weer op welke manier Charles precies zijn job uitoefent. Slechts eenmaal praat hij over zijn werk als art director, maar hij vertelt daarbij niet concreet wat hij doet. Manu wordt daarentegen als een onbekwame art director voorgesteld. Hij liegt om de job te krijgen en bedriegt Vic en Louise door Kaat al zijn werk te laten doen⁶³.

De redactie van Don wordt in een aantal scènes gefilmd door een cameraploeg. In dat geval is er een cameraman aanwezig. Hij bedriegt zijn interviewees door de camera net iets langer te laten lopen dan de interviewees zouden willen en door enkel negatieve gebeurtenissen vast te leggen⁶⁴. Bovendien staat deze cameraman onder leiding van een corrupte regisseur⁶⁵. De cameraman wordt onder overige journalisten gerekend omdat zijn rol beperkt blijft.

⁶² Scènes 240, 241

⁶³ Scènes 212, 213, 214, 217 (bedrog van de fotojournalist komt in andere typologieën dan de fotojournalist naar boven)

⁶⁴ Scène 153

⁶⁵ Scène 151

5.1.5 (Onvolmaakte) mannelijke journalist

Totaal aantal verwijzingen	34
Vertolkt door	Patrick, Thomas, Charles, Bruno, Charlotte, Mattias, overige journalisten
Journalistieke activiteiten	radio-uitzending (1), redactievergadering (9) , overleg/brainstorm redactie (1), artikels schrijven (4), overleg redactie/financiën (2), tv-uitzending (9) , interview afnemen (4), research (1), nevenactiviteit praten over journalistiek werk (3)

Tabel 8: Resultaten (onvolmaakte) mannelijke journalist

Aangezien deze categorie volgens Saltzman (2005) alle mannelijke journalisten, ongeacht het medium waarvoor ze werken omvatten, werden ook de algemene opmerkingen en bezigheden van mannelijke journalisten in deze categorie ondergebracht.

In de telenovelle is Patrick het toonbeeld van de onvolmaakte mannelijke journalist. Ondanks Saltzmans omschrijving, liegt of bedriegt Patrick niet, maar heeft hij wel andere gebreken. Zijn onvolmaaktheid zit in het feit dat hij wordt voorgesteld als mislukte macho die ongeluk aantrekt⁶⁶. Daarnaast is hij geen uitblinker in journalistieke competenties zoals bijvoorbeeld kritische zin en creativiteit⁶⁷.

Ook Thomas en Bruno doen geringe pogingen om redactioneel werk te verrichten. Wanneer Thomas zich op het hoofdartikel stort, wordt hij door zijn collega's als incapabel gezien⁶⁸. Bruno vertoont dan weer gebreken op het vlak van creativiteit wanneer hij redactioneel werk verricht⁶⁹. Charles, die op een bepaald punt de functie van art director heeft, is een onverbeterlijke macho en Mattias, die als regisseur van AVS even de rol van journalist inneemt, kan slechts een flauw interview op gang brengen⁷⁰.

De telenovelle bevat ook heel wat overige journalisten die als (onvolmaakte) mannelijke journalist naar voren komen. Deze journalisten zijn steeds werkzaam in de audiovisuele sector⁷¹.

Bovendien werd dit type ook bij vrouwelijke journalisten gecodeerd. Dat komt doordat deze journalisten in de uiting van hun werk gebreken vertoonden die niet gelinkt konden worden aan andere, meer voor de hand liggende typologieën zoals bijvoorbeeld de sob sister of onervaren welp. Het gaat hierbij om Charlotte, die even vergeet dat ze naast een live publiek ook een radiopubliek heeft en daarbij aan *don't show, don't tell* doet. Daarnaast verliest een overige journaliste vat op haar interview en vraagt een andere overige journaliste onvoldoende door in haar interview⁷².

⁶⁶ Scènes 49, 190, 252, 315, 330

⁶⁷ Zie hoofdstuk 5.2.2 en 5.2.12.1

⁶⁸ Scène 194

⁶⁹ Zie scène 305 en hoofdstuk 5.2.12.1

⁷⁰ Scènes 108, 151, 153

⁷¹ Scènes 44, 45, 102, 103, 104

⁷² Scènes 101, 174, 296

5.1.6 Onervaren welp

Totaal aantal verwijzingen	23
Vertolkt door ⁷³	Kaat, Patrick, Thomas, Vic, Manu
Journalistieke activiteiten	overleg met baas (2), vormgeving magazine (7), feedback krijgen/geven (4) , fotoshoot (1), overleg/brainstorm redactie (1), artikels schrijven (5) , leidinggeven (2), tv-uitzending (1)

Tabel 9: Resultaten onervaren welp

Wat opvalt is dat alle sob sisters behalve Louise, Charlotte, Claudia en Maarten de rol van onervaren welp vertolken. Dat zou verklaard kunnen worden door het feit dat Louise en Charlotte van alle sob sisters het vaakst als sterke carrièrevrouw naar voren komen. Die karaktertrek valt immers niet te rijmen met een gebrek aan ervaring. Claudia en Maarten worden dan weer als tijdelijke baas weergegeven. Hun karaktereigenschappen passen ook niet bij de beschrijving van een onervaren welp volgens Saltzman (2005).

Ook Thomas en Vic geven in beperkte mate gestalte aan de onervaren welp. Dit uiten ze door zich onzeker op te stellen⁷⁴. Hun beperkte vertolking van de onervaren welp kan verklaard worden door het feit dat ze slechts over beperkte karaktereigenschappen van de sob sister beschikken en daardoor dus hun onzekerheid slechts beperkt tot uiting brengen.

Patrick vormt de uitzondering op de regel. Hij toont zich zelden als sob sister, maar zijn gebrek aan ervaring kan verklaard worden vanuit zijn opvallende vertolking van de (onvolmaakte) mannelijke journalist. Als onervaren welp is Patrick erg onzeker en stelt hij voortdurend vragen⁷⁵.

Kaat vertolkt de rol van onervaren welp het vaakst, haar onzekerheid en onkunde⁷⁶ komen dan ook overeen met het feit dat zij de grootste sob sister is.

Manu toont zich als onervaren welp wanneer hij Kaat al zijn werk laat opknappen omdat hij zelf niet begrijpt hoe hij zijn werk moet uitvoeren⁷⁷.

5.1.7 Columnist & recensent

Totaal aantal verwijzingen	17
Vertolkt door	Charlotte, Patrick, Louise, Elvis
Journalistieke activiteiten	radio-uitzending (12) , redactievergadering (1), artikels schrijven (1), overleg redactie/financiën (2) , nevenactiviteit praten over journalistiek werk (1)

Tabel 10: Resultaten columnist & recensent

⁷³ Ook Jana, die eigenlijk geen journalistieke functie heeft, komt als onervaren welp uit de hoek in scène 348. Deze scène behoort tot de analyse omdat haar journalistieke bijdrage door sommige journalisten in beschouwing wordt genomen.

⁷⁴ Scènes 136, 198

⁷⁵ Scènes 9, 133, 134, 171, 178

⁷⁶ Scènes 20, 177, 181, 243, 294

⁷⁷ Scène 213

Deze typologie komt in de serie tot uiting in de vertolking van bepaalde subcategorieën die Saltzman (2005) bij deze typologie plaatst, namelijk: de adviseur, sociale analist en generalist. Aangezien de serie zich niet op een krantenredactie afspeelt, werd deze onderverdeling op basis van de besproken thema's in de serie gemaakt.

Hoewel Charlotte voor de radio werkt, uit zij zich voornamelijk als adviseur en sociale analist. In haar radioprogramma *Het Hart Op De Tong* geeft ze namelijk advies over de liefde⁷⁸ en kaart ze problemen aan vanuit haar eigen standpunt⁷⁹.

Patrick is redacteur lifestyle en sport. Hij uit zich echter als generalist wanneer hij aan stukken werkt die niet helemaal in de lijn liggen van de onderwerpen die hij normaal gezien behandelt⁸⁰.

Ook Louise doet een poging om als sociale analist zaken vanuit haar eigen invalshoek te beschrijven, maar slaagt hier minder goed in dan Charlotte⁸¹.

5.1.8 Nieuwsfamilie

Totaal aantal verwijzingen	10
Vertolkt door	De redactie (zowel Don als Radio Bavo)
Journalistieke activiteiten	redactievergadering (2), personeelsvergadering (4) , overleg/brainstorm redactie (1), tv-uitzending (1), overwerken (1), personeel ontslaan/aannemen (1)

Tabel 11: Resultaten nieuwsfamilie

De nieuwsfamilie komt tot uiting wanneer leden van de redactie van Don of Radio Bavo collega's uitnodigen om na de uren samen tijd door te brengen⁸², hun samenhangigheid benadrukken, of wanneer er letterlijk gezegd wordt dat de redactie een vriendengroep of familie vormt⁸³.

Kanttekening: uitingen van de onderlinge liefdesrelaties werden niet gecodeerd, maar kunnen volgens Saltzman (2005) onder de nieuwsfamilie gerekend worden. Ook de scènes waarin de journalisten effectief (al dan niet toevallig) na de uren tijd met elkaar doorbrengen werden niet gecodeerd.

Aangezien de serie maar één uitgaansplek telt, is het namelijk moeilijk in te schatten of de collega's al dan niet in elkaars aanwezigheid willen vertoeven om zich, volgens Saltzman (2005), minder eenzaam te voelen. Ook de vriendschap tussen Louise en Charlotte werd niet meegeteld omdat de vriendinnen niet op dezelfde redactie werken.

⁷⁸ Scènes 6, 7, 95, 168, 250

⁷⁹ Scènes 53, 57, 78, 164

⁸⁰ Scènes 38, 247, 315, 330

⁸¹ Scène 58

⁸² Scènes 2, 87, 92, 166,

⁸³ Scènes 153, 176, 188, 246, 360

5.1.9 Sportjournalist

Totaal aantal verwijzingen	6
Vertolkt door	Patrick
Journalistieke activiteiten	vormgeving (1), feedback krijgen/geven (1), overleg/brainstorm redactie (2) , artikels schrijven (1) nevenactiviteit journalist wordt (h)erkend (1)

Tabel 12: Resultaten sportjournalist

Als redacteur lifestyle en sport is Patrick de enige sportjournalist van de redactie. Patrick schrijft vooral over klassieke sporten zoals voetbal en wielrennen en focust zich daarbij vooral op het vrouwelijk schoon⁸⁴.

5.1.10 Echte journalisten

Totaal aantal verwijzingen	4
Vertolkt door	/
Journalistieke activiteiten	overleg met baas (2), vormgeving (1), personeelsvergadering (1)

Tabel 13: Resultaten echte journalisten

Er komen geen echte journalisten voor in de serie. De serie verwijst echter wel naar echte journalisten en nieuwsmedia zoals bijvoorbeeld de Goedele⁸⁵, De Gentenaar, AVS, Anton Corbijn⁸⁶ en Het Laatste Nieuws⁸⁷.

5.1.11 Anonieme reporters

Totaal aantal verwijzingen	2
Vertolkt door	overige journalisten (2)
Journalistieke activiteiten	overleg/brainstorm redactie (1), interview afnemen (1)

Tabel 14: Resultaten anonieme reporters

De anonieme reporters in LouisLouise zijn ofwel compleet anoniem, of worden, zoals beschreven in Saltzman (2005), gespeeld door onopvallende acteurs⁸⁸. In beide gevallen schenden deze journalisten de privacy van hun interviewees. De onopvallende acteur gaat recht op zijn doel af gewapend met een microfoon en prangende vragen. Hoewel deze journalist volgens Saltzman (2005) het best in het collectief geheugen gegrift staat, is de representatie van dit type in de serie zeer beperkt.

⁸⁴ Scènes 22, 130, 133, 134, 230

⁸⁵ Magazine van Goedele Liekens dat niet meer bestaat (Wikipedia, 2019).

⁸⁶ Nederlands fotograaf, fotojournalist, grafisch ontwerper en regisseur (Wikipedia, 2019)

⁸⁷ Scènes 81, 149, 101, 281, 295

⁸⁸ Scènes 273, 275

5.1.12 Typologieën die niet voorkomen in LouisLouise

De onderzoeksjournalist en de oorlogs- en buitenlandcorrespondent zoals omschreven door Saltzman (2005) komen niet aan bod in de telenovelle. Wellicht komt dat omdat er voor de thema's die doorheen het hele verhaal door de redacties behandeld worden, geen onderzoeks-, oorlogs- of buitenlandjournalistiek nodig is.

5.1.13 Nieuwe typologieën

Uit de analyse is gebleken dat bepaalde personages op basis van hun werk in nieuwe typologieën kunnen worden opgedeeld.

5.1.13.1 Crossmediale journalist

Totaal aantal verwijzingen	17
Vertolkt door	Kaat, Thomas, Elvis
Journalistieke activiteiten	overleg met baas (1), vormgeving magazine (8), feedback krijgen/geven (3), fotoshoot (1), artikels schrijven (2), leidinggeven (1), nevenactiviteit: praten over journalistiek werk (1)

Tabel 15: Resultaten crossmediale journalist

Deze nieuwe typologie kwam tot stand door het feit dat uit de analyse van de transcripties bleek dat enkele journalisten over meerdere competenties beschikken dan de competenties die ze gebruiken in hun functie.

Zo is Kaat redactrice mode en showbizz. Ze schrijft artikels voor Don, maar houdt zich daarnaast ook op verschillende manieren bezig met de vormgeving van het magazine⁸⁹.

Ook Thomas, de art director van Don, beslist op een bepaald moment om zijn fototoestel links te laten liggen en het hoofdartikel te schrijven⁹⁰.

Hoewel Elvis in de telenovelle geen journalistieke functie vervult, beschikt hij wel over enkele crossmediale vaardigheden⁹¹.

⁸⁹ Scènes 26, 41, 211, 214, 243

⁹⁰ Scène 194, 195, 198

⁹¹ Scène 325

5.1.13.2 Presentator/presentatrice

Totaal aantal verwijzingen	73
Vertolkt door	Charlotte, Evi, Vic, Elvis, overige journalisten
Journalistieke activiteiten	radio-uitzending (67), tv-uitzending (4), actualiteit raadplegen (2)

Tabel 16: Resultaten presentator/presentatrice

Aangezien de typologie van Saltzman (2005) niet louter personages die journalistiek werk verrichten omvat (denk aan de uitgevers en media-eigenaars), is het geoorloofd om een nieuw type te omschrijven dat net zoals de uitgevers en media-eigenaars in aanraking komt met journalisten en er zelfs overeenkomsten mee heeft. Uit de analyse is gebleken dat in heel wat radio- en tv-uitzendingen bepaalde journalisten ook de rol van presentator of presentatrice op zich nemen. Om die rol te registreren, werden de transcripties die tot de taalvaardigheid van het personage in kwestie gerekend worden, gecodeerd. Deze keuze werd gemaakt omdat die journalistieke competentie de presentatie van de presentator of presentatrice op directe wijze tot uiting brengt. Door de verbondenheid met de competentie 'taalvaardigheid', de meest voorkomende competentie van Goris en Delforge (2012) in de telenovelle, telt dit type veel records. Bovendien werd gekozen om in deze nieuwe typologie beide geslachten te betrekken aangezien uit de analyse van de types *sob sister* en (onvolmaakte) mannelijke journalist in de telenovelle reeds is gebleken dat zowel mannen als vrouwen die types kunnen vertolken.

Hoewel Charlotte volgens de typologie van Saltzman (2005) in de rol van 'sob sister' en vormen van 'columnist en recensent' kruipt, kan zij ook onder deze nieuwe typologie ondergebracht worden. In de belichaming van Charlotte is een presentatrice een rustige, wijze vrouw die haar teksten improviseert en die daarvoor beroep doet op wat haar in het dagelijks leven bezighoudt⁹². Als presentatrice staat Charlotte bovendien dicht bij de mensen. Het taalgebruik van de presentatrice is over het algemeen vrij zuiver maar vervalt in tussentaal door emoties, een tussentalige gesprekspartner of onoplettendheid⁹³.

Naast Charlotte kent Radio Bavo enkele andere presentatrices en presentatoren. In de hoedanigheid van Evi is de presentatrice een jong veulen zonder ervaring dat de baas rond haar vingers windt. Haar taal is niet verzorgd en ook haar journalistiek inzicht is ver te zoeken. Ook Elvis en Vic kruipen in de rol van presentator. Elvis vervult die rol als een nonchalant *enfant terrible* dat leedvermaak uit de bekommernissen van de luisteraars haalt. Met zijn enthousiasme, flauwe woordgrappen en herhalingen lijkt Vic dan weer op een amateurpresenator. Het taalgebruik van Elvis en Vic ligt in de lijn van Evi's taalgebruik⁹⁴.

Vooral in de tv-uitzendingen nemen overige journalisten de rol van presentator op zich. Zij worden vertolkt door onopvallende acteurs die hun taalgebruik zeer goed verzorgen⁹⁵.

⁹² Zie 5.2.12 Nieuwe journalistieke vaardigheden (Charlotte)

⁹³ Zie 5.2.1 Taalvaardigheid (Charlotte)

⁹⁴ Scènes 21, 99, 180, 289, 291

⁹⁵ Scènes 44, 45, 103, 104

5.1.13.3 Technicus

Totaal aantal verwijzingen	63
Vertolkt door	Elvis, Maarten
Journalistieke activiteiten	radio-uitzending (61), feedback krijgen/geven (1), interview afnemen (1)

Tabel 17: Resultaten technicus

Voortbouwend op dezelfde gedachte van waaruit de categorie presentator/presentatrice is gegroeid, valt uit de analyse op te maken dat nog een andere nieuwe typologie omschreven kan worden. Regelmatig duikt het personage Elvis op in de scènes. Hij is de technicus van Radio Bavo. Zijn taak is om het radioprogramma in goede banen te leiden. Hij doet dit door de technische kant van het radioprogramma op zich te nemen, telefoontjes van luisteraars te reguleren en muziek te selecteren⁹⁶. Hiervoor is een zekere vorm van journalistiek inzicht nodig. Over dat inzicht beschikt Elvis wel degelijk⁹⁷. Ook Maarten toont zich eenmaal als technicus wanneer Elvis het radioprogramma presenteert⁹⁸.

⁹⁶ Scènes 2, 7, 43, 168, 302

⁹⁷ Scène 325 (komt tot uiting in andere typologieën en competenties)

⁹⁸ Scène 99

5.2 Journalistieke competenties

5.2.1 Taalvaardigheid⁹⁹

Totaal aantal verwijzingen	96
Vertolkt door	Charlotte, Kaat, Louise, Thomas, Patrick, overige journalisten
Journalistieke activiteiten	radio-uitzending (67) , overleg met de baas (1), feedback krijgen/geven (4), overleg/brainstorm redactie (3), artikels schrijven (7), contact met investeerders (1), tv-uitzending (5), interview afnemen (6), actualiteit raadplegen (2)

Tabel 18: Resultaten taalvaardigheid

Over het algemeen spreekt Charlotte vrij goed Standaardnederlands. Hierdoor komt haar taalvaardigheid vrijwel goed overeen met de manier waarop die competentie omschreven wordt door Goris en Delforge (2012). Af en toe valt ze echter uit de toon met een tussentalige of informele *ge/gij*¹⁰⁰, *t'k*¹⁰¹, *es*¹⁰² (eens), *ma/wa/da('s)*¹⁰³, *der*¹⁰⁴ (er), foutief *uw(e)*¹⁰⁵, *nie*¹⁰⁶, *'ie*¹⁰⁷, *m'n*¹⁰⁸. Daarnaast neemt ze ook typisch Vlaamse woorden en uitdrukkingen zoals *geen erg*, *ouwe*, *tof*, *goeie* en *gerief* in de mond¹⁰⁹. De bovengenoemde woorden en uitdrukkingen gebruikt Charlotte wanneer ze emotioneel of onoplettend is of wanneer ze zich aanpast aan de onverzorgde taal van haar gesprekspartner¹¹⁰. In dat laatste geval zondigt Charlotte met woorden als *sissy trash*, *goesting*, *juuw*, *ge*, *nie* en *dervoor*.

Het radioprogramma wordt af en toe door andere presentatoren gepresenteerd. Zij beschikken niet over dezelfde taalvaardigheid als Charlotte en maken in hun korte passage aanzienlijk meer taalfouten dan Charlotte. Elvis gebruikt de woorden *terugflitsen*, *nen*, *bloeier*, *ma*, *wete*, *wa*, foutief *uw*, *gij*, *t*, *feestschijf* en *opsmijten*¹¹¹. Evi maakt zich schuldig aan *stopt*, *efkes*, *me* (met), foutief *u*, *nie*, *plezants*, *da*, *proper*, *es* (eens), *facteur* en *goe*¹¹². Vic herhaalt vaak zijn woorden en zondigt beperkt met *'k*, *'et*

⁹⁹ Hoewel deze competentie evenveel records telt als de volgende en alfabetisch normaalgezien als tweede zou komen, wordt deze competentie eerst vermeld aangezien ze ook nog gebruikt wordt bij de codering van de typologie presentator/presentatrice.

¹⁰⁰ Scènes 7, 42, 43, 65, 78, 116, 332

¹⁰¹ Scènes 2, 7, 23, 57, 173

¹⁰² Scènes 57, 250, 264, 284

¹⁰³ Scènes 6, 42, 337, 362

¹⁰⁴ Scènes 6, 333, 362

¹⁰⁵ Scènes 7, 19

¹⁰⁶ Scènes 2, 362

¹⁰⁷ Scène 50

¹⁰⁸ Scène 254

¹⁰⁹ Scènes 43, 57, 250, 328

¹¹⁰ Scène 168

¹¹¹ Scènes 21, 99

¹¹² Scènes 180

en *nie*¹¹³. De enige radiopresentator met een perfecte taalvaardigheid is een onbekende stem die slechts eenmaal aan bod komt¹¹⁴.

De taalvaardigheid van televisiejournalisten wordt tot uiting gebracht door overige journalisten. Het taalgebruik van deze journalisten is veel zuiverder dan dat van de gemiddelde radiopresentator of -presentatrice in de serie¹¹⁵. Het aantal representaties van televisiejournalisten ligt echter veel lager dan het aantal van hun radiocollega's.

Louise en Kaat uiten hun taalvaardigheid in de artikels die ze schrijven¹¹⁶. Ook wanneer artikels voorgelezen worden, blijkt dat Louise, Patrick, Thomas en de overige journalisten over taalgevoel beschikken¹¹⁷. Louise zondigt eenmaal aan dt-fouten¹¹⁸.

In interviews valt op dat het taalgebruik van de overige journalisten beter verzorgd is dan dat van Louise en Charlotte¹¹⁹.

5.2.2 Kritische zin

Totaal aantal verwijzingen	96
Vertolkt door	Louise, Vic, Thomas, Charlotte, Kaat, Claudia, Patrick, Bruno, Charles, Manu, Mattias, overige journalisten
Journalistieke activiteiten	radio-uitzending (2), overleg met baas (17) , vormgeving magazine (28) , redactievergadering (14) , feedback krijgen/geven (7), personeelsvergadering (4), fotoshoot (2), overleg/brainstorm redactie (6), artikels schrijven (4), leidinggeven (3), contact met investeerders (2), tv-uitzending (3), personeel ontslaan/aannemen (1), interview afnemen (2), boekhouding (1)

Tabel 19: Resultaten kritische zin

Louise, Charlotte, Bruno, Claudia en Charles zijn vooral kritisch voor andermans werk en verhaal¹²⁰. Louise, Thomas en Manu zijn af en toe zelfkritisch¹²¹, maar kunnen dan weer niet zo goed om met kritiek. Bij Louise uit zich dat vooral in haar rol als sob sister¹²². Thomas gebruikt dan weer zijn eigen opmerkingen om de kritiek van anderen te counteren¹²³. Manu is teleurgesteld wanneer collega's aan zijn capaciteiten twijfelen¹²⁴.

¹¹³ Scènes 289, 291

¹¹⁴ Scène 361

¹¹⁵ Scènes 44, 296

¹¹⁶ Scènes 58, 160, 202, 255, 256

¹¹⁷ Scènes 73, 80, 134, 198, 199, 275

¹¹⁸ Scène 14

¹¹⁹ Scènes 101, 239, 273, 335

¹²⁰ Scènes 112, 145, 198, 289, 301

¹²¹ Scènes 213, 249, 299

¹²² Zie 5.1.2 Sob sister (Louise)

¹²³ Scènes 3, 211, 230, 241, 245, 276

¹²⁴ Scène 214

Vic is kritisch¹²⁵, maar brengt zijn kritiek over het algemeen op een voorzichtige manier over. Enkel ten opzichte van zijn hoofdredactrice durft Vic zijn mening te laten voelen. Wanneer hij zelf kritiek krijgt heeft Vic de neiging om zijn eigen opmerkingen in te slikken.

Kaat heeft een gebrek aan kritische zin. Ze stelt bepaalde zaken wel in vraag, maar laat zich steeds inpakken zodat ze haar kritiek vergeet¹²⁶. Bovendien controleert Kaat, in tegenstelling tot wat Goris en Delforge (2012) aanraden, nooit het werk of het verhaal van een ander¹²⁷.

Patrick stelt zijn eigen werk dan weer zodanig in vraag dat hij onzeker oogt. Hij vraagt feedback, maar wanneer de feedback niet zo positief is als gehoopt, twijfelt Patrick meteen aan zijn eigen werk¹²⁸.

Bovendien trapt hij in dezelfde val als Kaat en neemt hij ook het werk van een ander aan zonder te checken¹²⁹. De overige journalisten en Mattias zijn slechts tot op zekere hoogte kritisch¹³⁰.

5.2.3 Flexibiliteit

Totaal aantal verwijzingen	58
Vertolkt door	Charlotte, Louise, Thomas, Kaat, Patrick, Manu, Elvis
Journalistieke activiteiten	radio-uitzending (12) , overleg met baas (1), vormgeving magazine (17) , redactievergadering (2), feedback krijgen/geven (4), fotoshoot (2), overleg/brainstorm redactie (2), artikels schrijven (1), leidinggeven (4), overleg redactie/financiën (1), overwerken (8), race tegen deadline (1), research (1), telefoneren (2)

Tabel 20: Resultaten flexibiliteit

De flexibiliteit van Charlotte komt op vier verschillende manieren naar voren. Doordat ze heel flexibel is, zit Charlotte dan ook in een tweestrijd. Tijdens het radioprogramma van Charlotte vraagt Louise regelmatig advies. Enerzijds wil Charlotte dan voor haar radioprogramma kiezen, maar anderzijds wil ze ook haar beste vriendin steunen. Er is hierbij dus sprake van flexibiliteit in de positieve en de negatieve zin. Meestal kiest Charlotte, al dan niet onder druk van Elvis, voor haar werk (positief)¹³¹, maar soms zijn de problemen van Louise te groot en lijkt het werk van Charlotte onbelangrijk (negatief)¹³². Daarnaast komt de flexibiliteit van Charlotte tot uiting in het feit dat ze op elk uur van de dag kan werken, in tegenstelling tot Elvis¹³³. Bovendien heeft ze er geen problemen mee om het werk uit handen te geven aan iemand die er meer verstand van heeft¹³⁴. Toch wil ze haar eigen manier van

¹²⁵ Scènes 136, 184, 241, 301, 310

¹²⁶ Scènes 214, 287

¹²⁷ Scènes 177, 181

¹²⁸ Scènes 133, 171

¹²⁹ Scène 178

¹³⁰ Scène 101, 151

¹³¹ Scènes 6, 35, 65, 250, 350

¹³² Scènes 250

¹³³ Scènes 163, 164

¹³⁴ Scènes 164

werken niet veranderen wanneer haar dat gevraagd wordt¹³⁵. Dat laatste gaat in tegen de flexibiliteit zoals omschreven door Goris en Delforge (2012).

Louise vraagt vaak zelf het onmogelijke van haar collega's¹³⁶. Haar eigen werk verandert ze over het algemeen liever niet¹³⁷. Louise blijft enkel na haar uren werken om haar eigen vel te redden¹³⁸ of om haar emoties te negeren¹³⁹.

Dat Thomas moeilijk met kritiek kan omgaan komt tot uiting in zijn gebrek aan flexibiliteit. Niemand mag aan zijn werk komen en als dat toch gebeurt, reageert hij negatief¹⁴⁰. Thomas wil enkel overwerken wanneer hij zelf gefocust is op zijn werk, en niet omdat hem dat wordt opgelegd¹⁴¹.

Bovendien is de flexibiliteit van Thomas afhankelijk van zijn relatie met Louise. Wanneer alles goed gaat of wanneer Thomas iets heeft goed te maken, stelt hij zich flexibeler op¹⁴².

Qua flexibiliteit is Kaat de tegenpool van Thomas. Hoewel ze het niet altijd eens is met de beslissingen, vindt ze het niet erg dat haar ideeën en artikels aangepast of zelfs verworpen worden¹⁴³.

Bij slechte feedback gebruikt Kaat meteen het argument dat alles nog aangepast kan worden¹⁴⁴.

Hoewel ze niet graag overwerkt, zal ze dit toch doen wanneer haar dat gevraagd wordt¹⁴⁵. Ook Manu, die geen verstand heeft van zijn werk, laat anderen zijn werk zonder moeite aanpassen¹⁴⁶.

Patrick is openlijk geen fan van deadlines en overwerken¹⁴⁷. Hij is wel flexibel in het ontvangen van feedback en het aanpassen van zijn stukken¹⁴⁸.

5.2.4 Waarnemingsvermogen¹⁴⁹

Totaal aantal verwijzingen	27
Vertolkt door	Charlotte, Louise, Kaat, Patrick, Louis, overige journalisten
Journalistieke activiteiten	radio-uitzending (7) , overleg met baas (3), redactievergadering (5) , fotoshoot (1), overleg/brainstorm redactie (1), tv-uitzending (4), interview afnemen (6)

Tabel 21: Resultaten waarnemingsvermogen

¹³⁵ Scène 76

¹³⁶ Scènes 9, 52, 56, 227, 228

¹³⁷ Scène 182

¹³⁸ Scènes 10

¹³⁹ Scènes 208, 209

¹⁴⁰ Scènes 198, 211, 227, 228, 245

¹⁴¹ Scènes 195

¹⁴² Scènes 54, 233, 320

¹⁴³ Scènes 27, 129, 176, 177

¹⁴⁴ Scènes 16, 59

¹⁴⁵ Scènes 34, 61, 63

¹⁴⁶ Scène 213

¹⁴⁷ Scènes 34, 236

¹⁴⁸ Scènes 34, 130, 171

¹⁴⁹ Bepaalde thema's die buiten de scènes met journalistieke activiteiten werden waargenomen, werden voor nieuwsitems gebruikt. Aangezien hierdoor in de geselecteerde scènes geen directe aanleiding is naar de waarneming van die thema's, werden ze niet geregistreerd.

Charlotte haar waarnemingsvermogen bestaat erin dat ze gebeurtenissen of thema's uit haar omgeving gebruikt als inspiratiebron voor haar radioprogramma¹⁵⁰. Ook Kaat en Patrick hun waarnemingsvermogen komen op deze manier tot uiting¹⁵¹. Louise laat de themakeuze van Don vooral afhangen van haar eigen gedachten en ervaringen¹⁵². Charlotte, Louise, Kaat en Patrick bevestigen Goris en Delforge (2012) in het feit dat het nieuws voor het rapen ligt binnen hun eigen leefwereld. Toen Louise nog Louis was, had hij vooral oog voor detail¹⁵³.

Overige journalisten stellen hun vragen op aan de hand van feiten en gebeurtenissen die ze via andere media of tijdens het interview zelf waarnemen¹⁵⁴.

5.2.5 Stressbestendigheid

Totaal aantal verwijzingen	15
Vertolkt door	Vic, Louise, Kaat, Louis, Charles
Journalistieke activiteiten	overleg met baas (6) , redactievergadering (1), personeelsvergadering (1), artikels schrijven (1), leidinggeven (3) , overleg redactie/financiën (1), race tegen deadline (1), nevenactiviteit praten over journalistiek werk (1)

Tabel 22: Resultaten stressbestendigheid

Vic is de persoon die het meest geplaagd wordt door stress¹⁵⁵. Hij kan er zo slecht mee om dat hij medicatie moet nemen. Dat staat haaks op de attitude van Goris en Delforge (2012) ten opzichte van stress.

Louise, die onder meer druk komt te staan dan Vic, reageert daarentegen over het algemeen vrij rustig. Ze reageert meestal op stress door haar redactie aan te sporen om harder te werken¹⁵⁶. Die kalmte had Louise al toen ze nog Louis was. Hij kon totaal niet geraakt worden door de stress van anderen¹⁵⁷. Wanneer Louise in de rol van sob sister kruipt, kan stress haar wel uit evenwicht brengen¹⁵⁸.

Kaat reageert enkel slecht op stress wanneer ze te veel hooi op haar vork neemt. Wanneer de hoofdredactrice dan ook nog eens haar verwarde planning nog meer in de war stuurt, weet ze even niet meer wat eerst gedaan¹⁵⁹. Kaat kan dan weer wel goed omgaan met collega's die haar proberen op te jagen¹⁶⁰.

¹⁵⁰ Scènes 42, 57, 65, 173, 363

¹⁵¹ Scènes 25, 59, 220, 258

¹⁵² Scène 25

¹⁵³ Scène 1

¹⁵⁴ Scènes 43, 44, 45, 103, 296

¹⁵⁵ Scènes 8, 105, 182, 352, 354

¹⁵⁶ Scènes 32

¹⁵⁷ Scène 4

¹⁵⁸ Scène 72, zie 5.1.2 Sob sister (Louise)

¹⁵⁹ Scènes 129

¹⁶⁰ Scènes 62

Charles praat over stress maar doet dat eerder om te stoeven in plaats van te panikeren of te ventileren¹⁶¹.

5.2.6 Contactvaardigheid en sociale competenties

Totaal aantal verwijzingen	14
Vertolkt door	Kaat, Patrick, Charlotte, Vic, Louise, Thomas, Bruno, overige journalisten
Journalistieke activiteiten	radio-uitzending (1) redactievergadering (2), overleg/brainstorm redactie (1), leidinggeven (2), interview afnemen (2), research (2), telefoneren (4)

Tabel 23: Resultaten contactvaardigheid en sociale competenties

Wat contactvaardigheid en sociale competenties betreft, gedragen de journalisten in de telenovelle zich op bepaalde vlakken helemaal anders dan de manier waarop Goris en Delforge (2012) deze competentie omschrijven. Kaat durft niet voor een publiek te spreken¹⁶², maar durft gemakkelijk mensen te bellen¹⁶³. Thomas heeft meer problemen met telefoneren¹⁶⁴. Ook Bruno beslist dat voor de communicatie van een dringende en belangrijke boodschap, een mail het meest aangewezen is¹⁶⁵. Patrick, Charlotte en Vic vleien hun interviewee in de hoop een interview los te krijgen¹⁶⁶. Louise gebruikt dan weer haar connecties om haar zaken te regelen¹⁶⁷. Dit zijn alternatieve manieren waarop de overtuigingskracht van Patrick, Charlotte, Vic en Louise naar voren komt. De enige journalisten die zowel beleefd als duidelijk communiceren wie ze zijn en wat ze komen doen zijn overige journalisten¹⁶⁸.

5.2.7 Empathie

Totaal aantal verwijzingen	11
Vertolkt door	Charlotte, Evi, Elvis, Louise, overige journalisten
Journalistieke activiteiten	radio-uitzending (8) , tv-uitzending (1), interview afnemen (2)

Tabel 24: Resultaten empathie

¹⁶¹ Scènes 108

¹⁶² Scènes 189, 190

¹⁶³ Scène 34

¹⁶⁴ Scène 226

¹⁶⁵ Scène 197

¹⁶⁶ Scènes 49, 191, 238

¹⁶⁷ Scène 33

¹⁶⁸ Scènes 43, 101

Als radiopsycholoog kan Charlotte zich heel goed inleven in de verhalen van haar gesprekspartners¹⁶⁹. Hierdoor durven haar gesprekspartners zich live op de radio volledig blootgeven. Toch slaagt Charlotte erin om een zekere afstand tussen zichzelf en de gesprekspartner te behouden doordat ze de mensen een spiegel voorhoudt. Ze beantwoordt hierdoor het best aan de omschrijving van empathie volgens Goris en Delforge (2012). Wanneer Evi en Elvis het radioprogramma van Charlotte presenteren, blijkt dat zij geen empathie tonen ten opzichte van hun gesprekspartners¹⁷⁰. Ook een overige journalist uit de journalistieke activiteit tv-uitzending vertoont geen empathie¹⁷¹. Louise kan in haar enige interview dan weer wel empathie opbrengen voor haar gesprekspartner¹⁷².

5.2.8 Brede algemene kennis

Totaal aantal verwijzingen	10
Vertolkt door	Kaat, Patrick, Louise, Claudia
Journalistieke activiteiten	overleg met baas (2), redactievergadering (1), overleg/brainstorm redactie (6) , overleg redactie/financiën (1)

Tabel 25: Resultaten brede algemene kennis

Enkele personages geven blijk van een brede algemene kennis. Vooral Kaat pakt uit met haar kennis over seks, seksuele geaardheid, modewoorden en het klimaat¹⁷³. Louise heeft als verdoken ervaringsdeskundige heel wat kennis over het thema gender¹⁷⁴. Thomas blijkt dan weer kennis van Griekse filosofen te hebben¹⁷⁵ en ook Claudia beschikt over een sportkennis die uitgebreider is dan die van Patrick, de sportjournalist¹⁷⁶. Patrick doet nochtans zijn best om zich bij te scholen over onderwerpen waar hij niks van weet, maar dan wel op een omslachtige manier in plaats van zo snel mogelijk¹⁷⁷, zoals Goris en Delforge (2012) aanraden.

5.2.9 Nieuwsgierigheid

Totaal aantal verwijzingen	9
Vertolkt door	Charlotte, Louise, Vic, Patrick
Journalistieke activiteiten	radio-uitzending (4), actualiteit raadplegen (5)

Tabel 26: Resultaten nieuwsgierigheid

¹⁶⁹ Scènes 7, 42, 57, 168, 335

¹⁷⁰ Scènes 99, 180

¹⁷¹ Scène 102

¹⁷² Scène 239

¹⁷³ Scènes 59, 282

¹⁷⁴ Scène 310

¹⁷⁵ Scène 176

¹⁷⁶ Scène 130

¹⁷⁷ Scènes 38, 130

Charlotte is nieuwsgierig naar de verhalen die luisteraars haar vertellen. Ze wil sommige luisteraars soms persoonlijk spreken om dieper in te gaan op hun verhaal¹⁷⁸.

Louise, Vic en Patrick raadplegen de actualiteit, maar spannen zich niet in om meer te weten te komen over de onderwerpen die ze in de actualiteit zien verschijnen¹⁷⁹. Daarnaast moet de kanttekening gemaakt worden dat de journalisten zo nu en dan andere media raadplegen om elkaar te kunnen zien of horen. Ze zijn hierbij niet geïnteresseerd in het nieuws dat de andere media brengen. Aangezien ze wanneer ze dit doen niet specifiek met hun werk als journalist bezig zijn, werden deze scènes niet meegerekend bij het raadplegen van de actualiteit.

5.2.10 Wegwijs op web & sociale media

Totaal aantal verwijzingen	6
Vertolkt door	Elvis, Louise, Kaat, Natalie
Journalistieke activiteiten	verwerken foto's (2), mails versturen (2), nevenactiviteit praten over journalistiek werk (2)

Tabel 27: Resultaten wegwijs op web & sociale media

Vooral Elvis, de radiotechnicus, bezit kennis over het wereldwijde web. Hij weet hoe hij internet efficiënt kan gebruiken¹⁸⁰ en beheert zelfs een eigen website. Op die website vlogt hij reeds in 2009. Hij beschikt dus over vrijwel alle kennis van sociale media die in die tijd (2008-2009) voorhanden was. Bovendien filmt, monteert en uploadt hij zelf zijn filmpjes.

Louise, Kaat en Natalie beschikken dan weer over een beperkte kennis over het web¹⁸¹.

5.2.11 Verwondering¹⁸²

Totaal aantal verwijzingen	2
Vertolkt door	Charlotte, Patrick
Journalistieke activiteiten	radio-uitzending (1), artikels schrijven (1)

Tabel 28: Resultaten verwondering

Zowel Charlotte als Patrick tonen dat ze in hun werk nog verwonderd kunnen zijn. Charlotte kijkt met een open blik naar de verhalen van haar interviewees en Patrick stelt zich geen vragen bij de alledaagse zaken, maar wel bij de opdracht die zijn baas hem oplegt¹⁸³.

¹⁷⁸ Scènes 23, 332

¹⁷⁹ Scènes 272, 353, 361

¹⁸⁰ Scène 325

¹⁸¹ Scènes 28, 29, 223, 229

¹⁸² Uit de analyse is gebleken dat de lijn tussen nieuwsgierigheid, kritische zin en verwondering dun is. Er werd dus gekozen om bij deze competentie enkel de scènes te coderen waarbij een personage letterlijk verwonderd is.

¹⁸³ Scènes 23, 133

5.2.12 Nieuwe journalistieke competenties

5.2.12.1 Creativiteit

Totaal aantal verwijzingen	134
Vertolkt door ¹⁸⁴	Charlotte, Louise, Kaat, Bruno, Vic, Patrick, Natalie, Thomas, Claudia Theo, Charles, Manu, overige journalisten
Journalistieke activiteiten	radio-uitzending (20), overleg met baas (22), vormgeving magazine (15), redactievergadering (42) , feedback krijgen/geven (3), personeelsvergadering (1), fotoshoot (2), overleg/brainstorm redactie (7), artikels schrijven (13) , contact met investeerders (1), overleg redactie/financiën (3), schetsen (1), actualiteit raadplegen (2), research (2)

Tabel 29: Resultaten creativiteit

Hoewel deze competentie niet werd opgenomen in Goris en Delforge (2012), werd ze wel reeds voorgesteld in Örnebring en Mellado (2018) en de ideale profielen van de Vlaamse bachelor- en masteropleidingen journalistiek. Deze nieuwe competentie telt meer records dan de meest voorkomende journalistieke competenties van Goris en Delforge (2012) in de telenovelle. Dat komt doordat ze nauw verbonden is met de journalistieke competentie 'waarnemingsvermogen'. Bovendien werd deze competentie gecodeerd wanneer een personage een bepaald idee voorstelt, uitwerkt of uitgewerkt heeft. Dat wil zeggen dat alle besprekingen met betrekking tot ideeën over de inhoud van het journalistieke werk tot deze categorie werden gerekend.

De creativiteit van Charlotte hangt samen met haar waarnemingsvermogen¹⁸⁵. Ook wanneer ze zaken niet expliciet opmerkt in haar omgeving, wordt de onderwerpkeuze van Charlotte beïnvloed door wat er in de verhaallijn met en rondom haar gebeurt¹⁸⁶.

Louise haalt haar creatieve ideeën vooral uit haar eigen leefwereld, gedachten en observaties¹⁸⁷. Ze heeft vooral ideeën wat betreft de inhoud van Don, maar kan ook op zakelijk vlak creatief uit de hoek komen¹⁸⁸. Louise heeft echter ook soms last van een schrijversblok¹⁸⁹.

¹⁸⁴ Ook Anouk en Jana, die eigenlijk geen journalistieke functie hebben, komen creatief uit de hoek in scènes 175, 176, 177, 181, 184, 213 en 345. Deze scènes behoren tot de analyse omdat hun ideeën door sommige journalisten werden overgenomen.

¹⁸⁵ Scènes 42, 57, 65, 363

¹⁸⁶ Scènes 53, 78, 144, 164, 207

¹⁸⁷ Scènes 11, 190, 228, 259, 310

¹⁸⁸ Scènes 47, 353, Louise zakelijke creativiteit

¹⁸⁹ Scènes 58, 64

Naast de ideeën die ze opvangt door haar waarnemingsvermogen¹⁹⁰, weet Kaat ook daarnaast met creatieve ideeën uit te pakken¹⁹¹. Ze beperkt zich als redactrice mode en showbizz niet enkel tot die thema's. Hoewel ze over het algemeen creatief uit de hoek komt, laat ze zich door Natalie en Anouk meeslepen om plagiaat te plegen¹⁹².

Bruno heeft zozegd altijd ideeën bij de hand¹⁹³, maar zijn ideeën zijn eerder seksistisch¹⁹⁴.

Vic heeft als presentator van zijn eigen radioprogramma weinig inspiratie¹⁹⁵. Als baas van Don en Radio Bavo heeft hij dan weer heel wat ideeën op zakelijk vlak. Slechts zelden bedenkt Vic zelf ideeën voor de inhoud van Don¹⁹⁶.

Wat betreft de sportrubriek heeft Patrick een eerder ongewone manier om over sport te schrijven. In plaats van op de sport te focussen, focust hij op het vrouwelijke schoon¹⁹⁷. Ook in overige thema's kan Patrick seksistisch uit de hoek komen¹⁹⁸. Als Patrick daarentegen over onderwerpen moet schrijven die hem niet liggen, weet hij niet goed hoe hij ermee aan de slag moet gaan en pleegt hij zelfs plagiaat¹⁹⁹.

Hoewel Natalie van zichzelf vindt dat ze geweldige ideeën heeft, is ze zelden creatief. Ze baseert zich op andermans ideeën²⁰⁰, stelt andermans ideeën zelf voor²⁰¹ of pleegt plagiaat²⁰².

Thomas wordt dan weer voorgesteld als creatieve geest²⁰³, maar blijkt minder creatief dan verwacht²⁰⁴. Enkel wanneer hij als art director plots het hoofdartikel schrijft, komt hij volgens zijn collega's origineel uit de hoek²⁰⁵.

De creativiteit van Claudia²⁰⁶, Theo²⁰⁷, Charles²⁰⁸, Manu²⁰⁹ en overige journalisten²¹⁰ komt beperkt tot uiting.

¹⁹⁰ Scènes 25, 59, 220, 258

¹⁹¹ Scènes 26, 175, 282, 317, 319

¹⁹² Scènes 181, 287, 288

¹⁹³ Scène 183

¹⁹⁴ Scènes 187, 190, 304, 305, 344

¹⁹⁵ Scène 291

¹⁹⁶ Scène 221, 343, 353

¹⁹⁷ Scènes 130, 230

¹⁹⁸ Scène 190

¹⁹⁹ Scènes 133, 178

²⁰⁰ Scène 81

²⁰¹ Scènes 59,60

²⁰² Scènes 287, 288, 298

²⁰³ Scène 172

²⁰⁴ Scènes 100, 235

²⁰⁵ Scène 198

²⁰⁶ Scènes 130, 133

²⁰⁷ Scène 136

²⁰⁸ Scène 112

²⁰⁹ Scène 178

²¹⁰ Scènes 43, 274

5.3 Resultaten per hoofdpersonage

	Louis	Louise	Charlotte	Thomas	Kaat	Patrick
I. Typologieën van Saltzman						
1. Anonieme reporters						
2. Columnist & recensent		X	X			X
3. Onervaren welp				X	X	X
4. Redacteur	X	X			X	
5. (Onvolmaakte) mannelijke journalist			X	X		X
6. Onderzoeksjournalist						
7. Nieuwsfamilie	X	X	X	X	X	X
8. Fotojournalisten & cameramannen				X		
9. Uitgevers & media-eigenaars					X	
10. Echte journalisten						
11. Sob sister		X	X	X	X	X
12. Sportjournalist						X
13. Oorlogs- & buitenlandcorrespondent						
14. Crossmediale journalist				X	X	
15. Presentator/presentatrice			X			
16. Technicus						
II. Journalistieke competenties						
1. Taalvaardigheid		X	X	X	X	X
2. Verwondering			X			X
3. Nieuwsgierigheid		X	X			X
4. Waarnemingsvermogen	X	X	X		X	X
5. Kritische zin		X	X	X	X	X
6. Brede algemene kennis		X			X	X
7. Wegwijs op web en sociale media		X			X	
8. Sociale competenties		X	X	X	X	X
9. Empathie		X	X			
10. Flexibiliteit		X	X	X	X	X
11. Stressbestendigheid	X	X			X	
12. Creativiteit		X	X	X	X	X

Tabel 30: Resultaten per hoofdpersonage

Volgens dit overzicht, dat gebaseerd is op de bovengenoemde resultaten, is Louise het personage dat het best beantwoordt aan het ideale profiel van een echte journalist. Hierbij moet echter de kanttekening gemaakt worden dat zij niet elke competentie even goed beheerst. Zo is zij niet de meest flexibele journalist en heeft ze slechts een beperkte kennis van het web en sociale media. Aangezien de andere journalisten over minder vaardigheden beschikken dan Louise en daarbovenop ook tekortkomingen vertonen, is het alsnog rechtvaardig om te stellen dat Louises profiel het dichtst aanleunt bij het ideale profiel zoals omschreven in de literatuur.

6. Conclusie en discussie

In dit onderzoek naar de representatie van de journalist in Vlaamse populaire cultuur werd nagegaan hoe een journalist in de telenovelle *LouisLouise* wordt voorgesteld. Hierbij werd geanalyseerd welke journalistieke types van Saltzman (2005) in de telenovelle aan bod kwamen (OV1), op welke manier deze types werden voorgesteld (OV2) en in welke mate de personages over de journalistieke competenties van Goris en Delforge (2012) beschikken (OV3).

De meest voorkomende journalistieke types van Saltzman (2005) zijn de redacteur (177 records), de sob sister (163 records) en de uitgevers en media-eigenaars (122 records). De redacteur kwam in de serie tot uiting in de subcategorieën hoofd- en eindredacteur (Saltzman, 2005), maar er was doorheen de serie verwarring wat betreft het gebruik van deze benamingen. De personages Louis, Louise, Bruno en Kaat vertolkten de rol van redacteur, maar voldeden niet allemaal aan de omschrijving van een redacteur volgens Saltzman (2005). Enkel van Bruno kan gezegd worden dat hij de redacteur volgens Saltzman (2005) het best belichaamt. Louis vertoont overeenkomsten, maar komt slechts in een beperkt aantal scènes aan bod. Louise en Kaat vullen de rol van hoofdredacteur daarentegen anders in. In tegenstelling tot de redacteur volgens Saltzman (2005) bedenkt Louise zelf ideeën en mist Kaat leiderscapaciteiten.

In tegenstelling tot H1, worden vrouwelijke journalisten niet enkel standaard als sob sisters voorgesteld, maar liggen hun karaktereigenschappen en journalistiek werk in lijn met alle andere typologieën van Saltzman (2005) behalve de fotojournalisten en cameramannen, de sportjournalist, de echte journalisten en de anonieme reporters. Omgekeerd komen ook sob sisters niet enkel in vrouwelijke vorm voor. Naast Louise, Kaat, Charlotte en Claudia vertolken ook Thomas, Vic, Patrick en Maarten deze rol. Wanneer de rol door een vrouwelijk personage wordt gespeeld, heerst er binnen het personage steeds een dilemma tussen ambitie en vrouwelijke frivoliteit. Bij mannelijke sob sisters komt vooral de emotionele kant naar boven. Zowel de mannelijke als vrouwelijke sob sisters worden geplaagd door een turbulent liefdesleven.

Door het grote aantal functiewissels in de serie, vertolken Vic, Theo, Harold, Claudia, Natalie, Kaat, Maarten en Bruno allemaal op een bepaald moment de rol van uitgevers en media-eigenaars. Theo voldoet het best aan de omschrijving van deze typologie volgens Saltzman (2005).

De typologieën onderzoeksjournalist en oorlogs- en buitenlandcorrespondent komen niet aan bod in de serie. Wellicht komt dit door het feit dat voor de thema's die doorheen het verhaal door de redacties behandeld worden, geen onderzoeks-, oorlogs- of buitenlandjournalistiek nodig is. Er werden wel drie nieuwe typologieën ontdekt: de crossmediale journalist (17 records), de presentator/presentatrice (73 records) en de technicus (63 records). De personages die deze typologieën het vaakst vertolken zijn Kaat (crossmediale journalist), Charlotte (presentator/presentatrice) en Elvis (technicus).

Wat de journalistieke competenties van Goris en Delforge (2012) betreft viel op dat slechts drie vaardigheden veelvuldig aan bod kwamen: taalvaardigheid (96 records), kritische zin (96 records) en flexibiliteit (58 records). Wanneer een van deze vaardigheden in een personage werd gecodeerd, wilde dat echter niet zeggen dat ze de vaardigheden daadwerkelijk bezitten. Zo was het ook mogelijk dat net het gebrek aan die competentie in een personage opviel. Wat taalvaardigheid betreft spreken

de televisiejournalisten (vertolkt door overige journalisten) het best Standaardnederlands. Hun representatie is echter beperkt. Daarnaast is Charlottes taal over het algemeen verzorgd behalve wanneer ze emotioneel of onoplettend is of wanneer ze zich aanpast aan de onverzorgde taal van haar gesprekspartner. Louise zondigt dan weer eenmaal aan dt-fouten.

Heel wat journalisten en andere personages die een journalistieke functie vervullen geven makkelijk kritiek op andermans werk. Enkel Louise, Patrick en Manu zijn zelfkritisch. In tegenstelling tot hen heeft Thomas meer moeite met kritiek en bekritiseert hij anderen om hun kritiek te counteren. Vic is dan weer kritisch tot hij zelf kritiek krijgt. De enige journalist die een gebrek aan kritische zin heeft is Kaat. Ze stelt bepaalde zaken wel in vraag, maar laat zich steeds inpakken zodat ze haar kritiek vergeet. Bovendien controleert ze nooit het werk of het verhaal van een ander.

Wat flexibiliteit betreft komt vooral het gebrek aan flexibiliteit bij heel wat journalisten naar boven. Louise en Thomas zijn niet flexibel tenzij ze er zelf baat bij hebben. Ook Patrick is geen fan van deadlines en overwerken maar doet overigens wel wat er van hem verwacht wordt. Enkel Kaat, Charlotte en Manu stellen zich flexibel op. Zo hebben Kaat en Manu er geen problemen mee dat hun werk volledig veranderd wordt. Bovendien blijft Kaat overwerken wanneer haar dat gevraagd wordt. Charlotte zit dan weer verwickeld in een tweestrijd. Door haar enorme flexibiliteit weet ze regelmatig niet of ze voor haar radioprogramma of voor haar vriendin moet kiezen. Daarnaast heeft ze weinig moeite met veranderende uren en kan ze makkelijk het werk uit handen geven. Haar werkwijze verandert ze niet.

Uit de transcripties is gebleken dat de telenovelle een nieuwe competentie naar voren brengt, namelijk creativiteit (134 records). Deze competentie komt voornamelijk tot uiting in alle al dan niet uitgewerkte ideeën van de journalisten.

Verder is Louise het personage dat het best beantwoordt aan het ideale profiel van een echte journalist volgens Goris en Delforge (2012). Hoewel ze niet elke competentie even goed beheerst, bezit zij er wel de meeste. Bovendien beschikken de andere journalisten over minder competenties dan Louise en vertonen ze daarbovenop ook tekortkomingen.

Uit de resultaten blijkt dat V2 en V3 werden ingelost. Zo passen bepaalde personages inderdaad niet volledig binnen de typologie van Saltzman (2005). Hierdoor werden in deze studie de bovengenoemde nieuwe typologieën gecreëerd. Ook aan V3 werd niet voldaan. Hoewel het aantal gecodeerde journalistieke competenties van Goris en Delforge (2012) lager lag dan het aantal gecodeerde typologieën van Saltzman (2005), werden alle competenties minstens tweemaal gelogd. Er kan echter wel gezegd worden dat de competenties beperkter naar voren komen dan de typologieën. V1 werd daarentegen niet ingelost, maar liefst 11 van de 13 typologieën van Saltzman (2005) kwamen in de telenovelle aan bod.

Aangezien de belangrijkste typologieën die in de serie aan bod komen de redacteur, sob sister en uitgevers en media-eigenaars zijn, kan gezegd worden dat een journalist in de telenovelle voornamelijk wordt voorgesteld als een emotionele carriëretijger die in de hoogste rangen werkt. Wat de journalistieke competenties betreft kan gezegd worden dat in de telenovelle zowel taalvaardigheid, kritische zin als flexibiliteit aanwezig zijn in de journalisten en andere personages met een journalistieke functie. Deze vaardigheden komen echter niet altijd positief naar boven. Hierdoor komt

de representatie van de journalist in de telenovelle LouisLouise slechts in beperkte mate overeen met het ideale profiel van een journalist.

Aan de hand van een inhoudsanalyse onderzocht deze studie op welke manier een journalist gepresenteerd wordt in de telenovelle LouisLouise en in welke mate die representatie overeenkomt met het ideale profiel van een journalist. Hierdoor kan er op basis van deze studie niet geclaimd worden of de telenovelle al dan niet invloed heeft (gehad) op de studie- of carrièrekeuze van het publiek. Hiervoor is immers een experiment nodig dat waarschijnlijk al uitgevoerd had moeten worden in de periode dat de telenovelle voor het eerst op televisie verscheen.

Bovendien wordt in deze studie geen intercodeursbetrouwbaarheid gebruikt. Toch hoeft dit geen groot probleem te zijn. Wat betreft de typologieën en competenties die veel records tellen is het immers onmiskenbaar dat ze daadwerkelijk aanwezig zijn. Ook bestaat er weinig ruimte voor interpretatie omtrent de personages die deze typologieën vertolken en welk personage een competentie al dan niet bezit. Lichte afwijkingen kunnen wel ontstaan bij typologieën en competenties die slechts enkele records tellen. Zij zijn minder opvallend, maar daardoor ook minder van belang. Bovendien is het belangrijker om te weten dat een bepaalde typologie of competentie al dan niet aanwezig is en op welke manier dat dan tot uiting komt in plaats van de aantallen te tellen. Deze studie focust immers op kwalitatieve in plaats van op kwantitatieve resultaten. Vooral de transcripties bieden transparantie en inzicht in de typologieën en vaardigheden die in de telenovelle het belangrijkste zijn.

Zoals eerder gezegd is het interessant om te onderzoeken in welke mate de telenovelle een invloed heeft (gehad) op het publiek. Wellicht had dit dan wel eerder onderzocht moeten worden. Het effect van de telenovelle wordt immers beter onderzocht op het moment dat ze uitgezonden wordt om op die manier de directe invloed ervan te analyseren.

Daarnaast is het nuttig om het ideale profiel van de journalist uit te breiden met een analyse van een verzameling vacatures. Op die manier wordt de omschrijving van het ideale profiel van de journalist geactualiseerd en bovendien uitgebreid of beperkt tot enkele basiskenmerken.

Hoewel het IJPC project van Saltzman grootschalig en internationaal is, lijkt de analyse van de representatie in Vlaamse populaire cultuur eerder beperkt. Het is dan ook vanzelfsprekend dat de methode die gebruikt werd in deze studie (deels) kan worden toegepast op andere Vlaamse fictiereeksen. Hierbij wordt gedacht aan de volgende Vlaamse fictiereeksen waarin journalisten aan bod komen: *Over Water* (2018), *De Dag* (2018), *Gent West* (2018), *Sara* (2007), *Willy's en Marjetten* (2006), *En daarmee basta!* (2005) en *F.C. De Kampioenen* (1990). De analyse van deze Vlaamse fictiereeksen zou een breder beeld kunnen geven van de manier waarop een journalist in de Vlaamse populaire cultuur wordt voorgesteld.

7. Bibliografie

AP: Journalistiek. (2019). Geraadpleegd op 5 mei 2019 via <https://www.ap.be/opleiding/journalistiek>

Argentijnse series populair over de hele wereld. (2010). Geraadpleegd op 31 maart 2019 via <https://www.mo.be/artikel/argentijnse-series-populair-over-de-hele-wereld>

Arteveldehogeschool: Journalistiek iets voor jou?. (2019). Geraadpleegd op 5 mei via <https://www.arteveldehogeschool.be/opleidingen/bachelor/journalistiek/iets-voor-jou>

Bee Movie, The. (2007). Geraadpleegd op 8 mei 2019 via http://www.ijpc.org/database/item/Bee_Movie_The

Bos, J. G. H., van Es, A. M. D., & Vasterman, P. (2011). Copycat: een fenomeenonderzoek. Den Haag: COT Instituut voor Veiligheids- en Crisismanagement.

Bridget Jones: Edge of Reason, The. (2004). Geraadpleegd op 8 mei 2019 via http://www.ijpc.org/database/item/Bridget_Jones_Edge_of_Reason_The

Chicago. (2002). Geraadpleegd op 8 mei 2019 via <http://www.ijpc.org/database/item/Chicago5>

Cooper, M. T., Bard, D., Wallace, R., Gillaspay, S., & Deleon, S. (2018). Suicide Attempt Admissions From a Single Children's Hospital Before and After the Introduction of Netflix Series 13 Reasons Why. *The Journal of Adolescent Health, 63*(6), 688-693.

Di Pietro, Giorgio. (2016). The Impact of Television Programmes on Teenage Career Aspirations: The 'MasterChef Effect'. *IZA Discussion Papers, 9804*(1), 1-27.

Ehrlich, M.C. (2009) Studying the Journalist in Popular Culture. Geraadpleegd op 22 november 2018 via <http://ijpc.org>

El Messaoudi, Y. (2019). Jongen uit Peizegem redt klasgenootje dankzij "Baywatch". Geraadpleegd op 06 mei 2019 via <https://www.vrt.be/vrtnws/nl/2019/03/14/jongen-uit-peizegem-redt-klasgenootje-dankzij-baywatch/>

Erasmushogeschool: Bachelor journalistiek. (2019). Geraadpleegd op 5 mei 2019 via https://www.erasmushogeschool.be/nl/opleidingen/journalistiek#field_what_can_you_expect

Fifty Shades of Grey (aka 50 Shades of Grey). (2015). Geraadpleegd op 8 mei 2019 via http://www.ijpc.org/database/item/fifty_shades_of_grey_book_one_aka_50_shades_of_grey1_clone

Fouarge, D., Künn, A., & Mommers, A. (2016). *Studiekeuze en arbeidsmarkt: literatuurstudie* (pp.15-28). Maastricht: Research Centre for Education and the Labour Market.

Goris, R., Delforge, G. (2012). *Journalistiek inleiding tot het vak* (pp. 65-83). Leuven: Uitgeverij LannooCampus.

Hanewinkel, R., Sargent, J. D., Poelen, E., Scholte, R., Florek, E., Sweeting, H., et al. (2012). Alcohol consumption in movies and adolescent binge drinking in 6 European countries. *Pediatrics*, 129(4), 709-720.

Hebdige, D. (1988). *Hiding in the light: On images and things* (pp. 45-50). London: Routledge.

Heffner, V., Woodward, K., Figge, L., Bevan, J.L., Santora, N., Baloch, S. (2014). The Influence of Television and Film Viewing on Midlife Women's Body Image, Disordered Eating, and Food Choice. *Media Psychology*, 17(2). 1-23.

Vtm: Hilde De Baerdemaeker. (2019) Geraadpleegd op 31 maart 2019 via <https://vtm.be/hilde-de-baerdemaeker/hilde-de-baerdemaeker/personage>

HoWest: Bachelor journalistiek. (2019). Geraadpleegd op 5 mei 2019 via <https://www.howest.be/nl/opleidingen/bachelor/journalistiek>

IMDb LouisLouise. (2019). Geraadpleegd op 31 maart 2019 via <https://www.imdb.com/title/tt1298297/>

Jenkins, H. (2010). The Image of the Journalist in Popular Culture: An Interview with Joe Saltzman (Part One). Geraadpleegd op 20 februari 2019 via http://henryjenkins.org/blog/2010/06/hold_the_press_an_interview_wi.html

Julie & Julia. (2009). Geraadpleegd op 8 mei 2019 via http://www.ijpc.org/database/item/Julie_Julia

King, M. M., & Multon, K. D. (1996). The effects of television role models on the career aspirations of African American junior high school students. *Journal of Career Development*, 23(2), 111-125.

KU Leuven Antwerpen: Master in de journalistiek (Antwerpen). (2019). Geraadpleegd op 5 mei 2019 via https://onderwijsaanbod.kuleuven.be/opleidingen/n/CQ_51230584.htm#activetab=profiel

KU Leuven Brussel: Master in de journalistiek (Brussel). (2019). Geraadpleegd op 5 mei 2019 via https://onderwijsaanbod.kuleuven.be/opleidingen/n/CQ_51854612.htm#activetab=profiel

Larsen, P.D., McGill, J.S. and Palmer, S.J. (2003) Perspectives of Nursing Students in Three Types of Programs. *Journal of Nursing Education*, 42(4): 168–73

LouisLouise. (2008). Geraadpleegd op 30 mei 2019 via <https://vtm.be/vtmgo/louislouise~paebb6529-54d9-448c-943e-641b529c8418>

LouisLouise. (2008). Geraadpleegd op 30 april 2019 via <https://vtm.be/louislouise>

McNair, B. (2012). From true story to morning glory. *Journalism Practice*, 6(1), 143-145.

Michielsens, K. (2015). *De representatie van de journalistiek in populaire cultuur: inhoudsanalyse van B&b, de boca en boca*. Masterscriptie, KU Leuven Antwerpen.

Openbare resultaten CIM TV – Top 100 – Noord 2009. (2018). Geraadpleegd op 28 april 2019 via <https://www.cim.be/nl/televisie/openbare-resultaten>

Parker, H. N. (2011). Toward a definition of popular culture. *History and Theory*, 50(2), 147-170.

Ragovin, A. (2010) The Image of the Journalist on Sesame Street. *The IJPC Journal*, 2(1), 34-85.

Polfliet, C. (2015). *De representatie van de journalist en de journalistieke cultuur in de populaire cultuur: inhoudsanalyse van het eerste seizoen van Periodistas*. Masterscriptie, KU Leuven Antwerpen.

PXL: Bachelor in de journalistiek. (2019). Geraadpleegd op 5 mei 2019 via <https://www.pxl.be/journalistiek>

Rooney, K. (2013). Do, Re, Media: The Image of the Journalist in the Broadway Musical. *The IJPC Journal*, 4, 32-68.

Saltzman, J. (2003). Sob Sisters: the image of the female journalist in popular culture. Geraadpleegd op 22 november 2018 via <http://www.ijpc.org/>

Saltzman, J. (2005). Analyzing the images of the journalist in popular culture: A unique method of studying the public's perception of its journalists and the news media. Geraadpleegd op 22 november 2018 via <http://ijpc.org>

Slangen, P. (2014). *De representatie van de journalist in de populaire cultuur: de vele journalistieke gezichten in 'The Newsroom'*. Masterscriptie, KU Leuven Antwerpen.

Strinati, D. (2010). An introduction to theories of popular culture (pp XIV-19). London: Routledge.

The image of the journalist in popular culture. (2010). Geraadpleegd op 23 november 2018 via <http://www.ijpc.org/>

Thomas More: Journalistiek. (2019). Geraadpleegd op 5 mei 2019 via <https://www.thomasmore.be/opleidingen/professionele-bachelor/journalistiek-overzicht/journalistiek>

UGent: Bachelor of Science in de communicatiewetenschappen. (2019). Geraadpleegd op 5 mei 2019 via <https://studiekiezer.ugent.be/bachelor-of-science-in-de-communicatiewetenschappen>

UGent: Master of Science in de communicatiewetenschappen (journalistiek). (2019). Geraadpleegd op 5 mei 2019 via <https://studiekiezer.ugent.be/master-of-science-in-de-communicatiewetenschappen-journalistiek>

V For Vendetta. (2005). Geraadpleegd op 8 mei 2019 via http://www.ijpc.org/database/item/V_For_Vendetta

Van Algemeen Nut Seizoen 2 Aflevering 9. (2019). Geraadpleegd op 11 april 2019 via <https://www.vrt.be/vrtnu/>

Van Gorp, B. (2018). *Verdraaid! Het nieuws anders bekeken* (pp. 25-52). Kalmthout: Pelckmans Pro.

VUB: Master of arts in de journalistiek. (2019). Geraadpleegd op 5 mei 2019 via <https://www.vub.ac.be/opleiding/journalistiek#programma>

Wat is bingedrinken?. (2019). Geraadpleegd op 06 mei 2019 via <https://www.druglijn.be/drugs-abc/alcohol/veelgestelde-vragen/wat-is-bingedrinken>

13 Reasons why. (2017). Geraadpleegd op 07 mei 2019 via <https://www.netflix.com/be/title/80117470>

815.000 kijkers voor laatste aflevering LouisLouise. (2009). Geraadpleegd op 28 april 2019 via <https://www.demorgen.be/tv-cultuur/815-000-kijkers-voor-laatste-aflevering-louislouise~b6f75f71/>

8. Bijlage

Bijlage 1: Codeerschema journalistieke activiteiten	68
Bijlage 2: Codeerschema typologieën en journalistieke competenties	80
Bijlage 3: Transcripties	116