

## Alea acta est

### Politici en partijen in het Vlaamse televisienieuws tijdens de federale verkiezingscampagne van 2010

*Alea iacta est* - Bart De Wever heeft van alle politici ruim het meeste tijd gekregen op het Vlaamse televisienieuws tijdens de campagne van 2010. Dat blijkt uit onderzoek van de Universiteit Antwerpen en Universiteit Leuven dat de media-aandacht op Eén en VTM voor politici, partijen en thema's rond de federale verkiezingen van 13 juni 2010 bestudeerde. Marianne Thyssen en Caroline Gennez vervolledigen de top-3 van politici met het meeste spreektijd. Wat de partijen betreft, was niet N-VA maar CD&V het meest aanwezig op Eén en VTM. Toch was er tijdens de campagneperiode een relatief evenwichtige aandachtsverdeling voor de verschillende partijen. De berichtgeving was opvallend meer 'gebalanceerd' dan tijdens de niet-verkiezingsperiode. Partijvoorzitters zijn magneten van media-aandacht: bijna de helft (43%) van de totale spreektijd voor alle politici samen ging naar de partijvoorzitters. Ten slotte waren er nog minder Franstalige politici te zien tijdens de verkiezingsperiode dan tijdens de niet-verkiezingsperiode.

## Het Elektronisch Nieuwsarchief

Het Elektronisch Nieuwsarchief (ENA – [www.nieuwsarchief.be](http://www.nieuwsarchief.be)) archiveert sinds 2003 alle nieuwsuitzendingen van 19 uur op Eén (VRT) en VTM op digitale wijze. Alle nieuwsuitzendingen worden ook gecodeerd: de nieuwsitems worden in detail bekeken en geanalyseerd. Op dit moment is het ENA met deze volledig digitale archivering zelfs internationaal een van de koplopers. Het ENA is een interuniversitair initiatief van de Universiteit Antwerpen en de K.U.Leuven met Stefaan Walgrave (UA) en Marc Hooghe (KUL) als promotoren. De financiering gebeurt door een projectsubsidie van de Vlaamse minister van Media. Een eerste doel van het ENA is om nieuwsinhouden te analyseren en de bevindingen te rapporteren aan de Vlaamse overheid of ze op te nemen in wetenschappelijke publicaties. Een tweede doel is de data ter beschikking te stellen van de ruimere wetenschappelijke gemeenschap.

## Technische fiche

<b>Onderzoekperiode</b>	<b>5 april 2010 t.e.m. 27 juni 2010</b>
Precampagne	5 april 2010 t.e.m. 2 mei 2010 (4 weken)
Campagne	3 mei 2010 t.e.m. 13 juni 2010 (6 weken)
Postcampagne	14 juni 2010 t.e.m. 27 juni 2010 (2 weken)
<b>Aantal 19-uur-journaals (Eén en VTM)</b>	<b>N = 155</b>
<b>Aantal nieuwsitems</b>	<b>N = 3.524</b>

## Alea acta est

### Politici en partijen in het Vlaamse televisienieuws tijdens de federale verkiezingscampagne van 2010

Julie De Smedt, Marc Hooghe & Stefaan Walgrave

Zondag 13 juni 2010 gaat de annalen in als de dag waarop de vervroegde federale verkiezingen tot een eclatant succes voor Bart De Wever en zijn N-VA leidden. In Franstalig België wonnen Elio Di Rupo en de PS. De verkiezingen vonden plaats omdat de regering Letermé II was gevallen nadat Open VLD uit de regering stapte door een vertrouwensbreuk over de kwestie BHV. De verkiezingen kwamen onverwacht en de periode van campagnevoering was kort. We zijn nu bijna een half jaar verder en een nieuwe regering schijnt nog niet voor morgen te zijn. De regeringsonderhandelingen verlopen moeizaam en sommigen beweren dat nieuwe verkiezingen niet uitgesloten zijn. Hoe hebben de media bericht over de verkiezingen die tot zulke spectaculaire stemverschuivingen hebben geleid?

Uit wetenschappelijk onderzoek blijkt dat de media een aanzienlijk effect hebben op de kiezer. Steeds meer kiezers beslissen pas heel laat op welke partij ze zullen stemmen en baseren zich voor een groot deel op wat ze op televisie zien gebeuren. De manier waarop de media hun aandacht verdelen over de verschillende politici en partijen kan de kiesintenties van het kiezerspubliek beïnvloeden. Hoeveel nieuwsitems berichtten over de verkiezingen voor, tijdens en na de verkiezingscampagne? Welke partij kwam het meeste aan bod in het televisienieuws? Was De Wever echt zo alomtegenwoordig als wordt beweerd? En de N-VA? Krijgen lijsttrekkers of lijstduwers de meeste spreektijd? Krijgen verkiezingskandidaten van de kieskring BHV meer aandacht dan de kandidaten van andere kieskringen? Zijn partijvoorzitters nog steeds het gezicht van hun partij of is de aandacht verdeeld? Stijgt of daalt de spreektijd voor Franstalige politici tijdens de verkiezingsperiode?

Nieuwsmonitor 3 biedt een antwoord op deze vragen op basis van 155 nieuwsuitzendingen van 19-uur op Eén en VTM met in totaal 3.524 nieuwsitems. De data waarop dit onderzoek zich baseert, de hoofdjournaals op beide zenders, vormen natuurlijk maar een fractie van het totaalaanbod van verkiezingsnieuws dat in de periode rond 13 juni 2010 op televisie te zien was. Nieuwsuitzendingen van 13 uur en 23 uur, praat- en debatprogramma's, speciale verkiezingsprogramma's, programma's op andere zenders, enzovoort werden niet onderzocht. Toch geven de data van dit onderzoek waarschijnlijk een goed overzicht van de volledige media-aandacht in de campagneperiode. De nieuwsuitzendingen van 19 uur worden door de omroepen nog steeds beschouwd als het paradepaardje en zijn vermoedelijk representatief voor de rest van het aanbod. Bovendien worden van alle nieuwsuitzendingen de nieuwsuitzendingen van 19 uur het meest bekeken door de Vlaamse kijker. Deze Nieuwsmonitor onderscheidt drie periodes: een *precampagneperiode* van vier weken (5 april t.e.m. 2 mei 2010); een *campagneperiode* van zes weken (3 mei t.e.m. 13 juni 2010) en een *postcampagneperiode* van twee weken (14 juni t.e.m. 27 juni 2010).

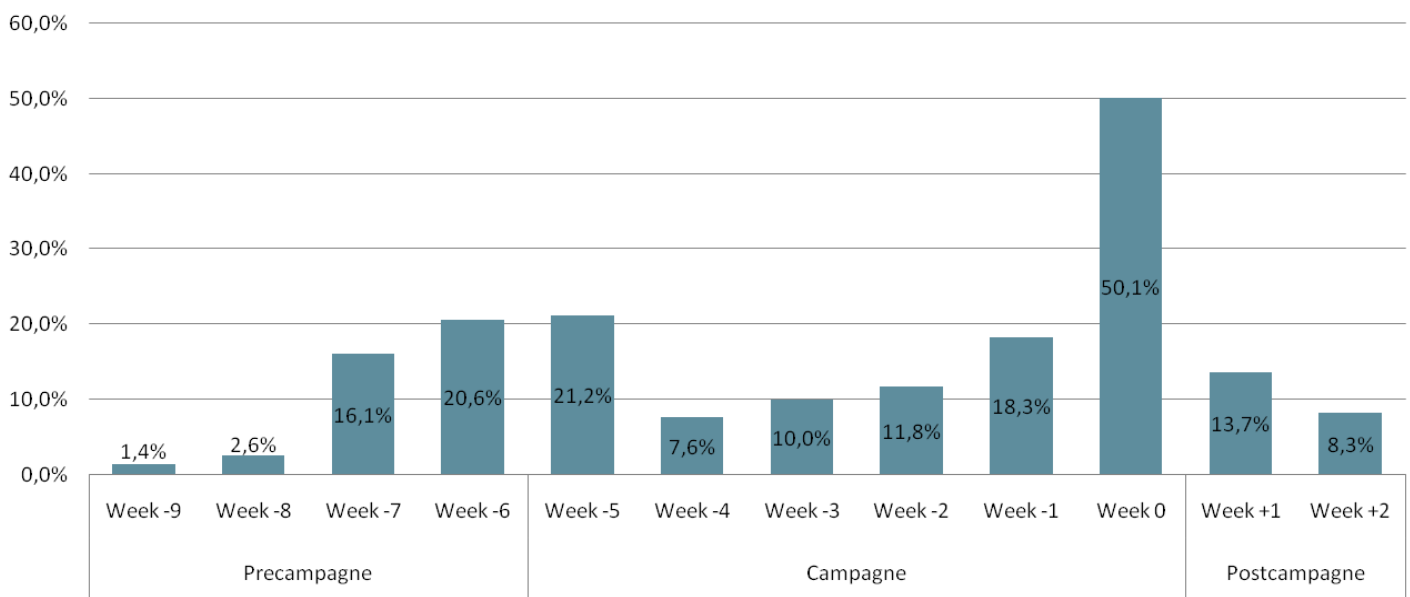
In eerste instantie is het belangrijk *verkiezingsnieuws* te definiëren. Verkiezingsnieuws zijn die nieuwsitems waarin expliciet verwezen wordt naar de verkiezingen. Zo kunnen nieuwsitems bijvoorbeeld iets over de wetgeving of organisatie van verkiezingen melden. Het campagnenieuws over partijen valt ook onder verkiezingsnieuws. Ook resultaten en analyses van opiniepeilingen en de uiteindelijke verkiezingsuitslag horen daarbij. Ten slotte beschouwen we nieuwsitems over partij-ideologieën en portretten van politici eveneens als verkiezingsnieuws. In totaal waren er in de totale onderzoeksperiode 439 nieuwsitems die we in deze analyse als verkiezingsnieuws beschouwen, in totaal gaat het om bijna 15 uur TV-nieuws.

Deze Nieuwsmonitor is opgedeeld in drie onderdelen. In een eerste deel focussen we op nieuwsitems over verkiezingen en vergelijken we dat met de rest van het nieuws. Een tweede deel handelt over nieuwsitems over verkiezingen en de politieke partijen die daarin voorkomen. In een laatste deel worden de nieuwsitems over verkiezingen en individuele politici onder de loep genomen.

## Welk soort verkiezingsnieuws in 2010?

Als we aannemen dat media een effect kunnen hebben op de kiesintentie van de kiezer, speelt het aandeel van verkiezingsnieuws ten opzichte van het totale nieuws een rol. Sommige wetenschappers gaven eerder al kritiek op de omroepen omdat ze té veel over de verkiezingen zouden berichten. Grafiek 1 geeft op wekelijkse basis de media-aandacht voor de verkiezingen ten opzichte van het andere nieuws. Hoeveel informatie over de verkiezingen kregen de Vlamingen per week voorgeschoteld? *Week 0* is de week waarin de verkiezingen plaatsvonden, met name van 7 t.e.m. 13 juni 2010. We onderzochten de uitzendingen negen weken vóór de verkiezingsweek en twee weken erna. Een eerste blik op de grafiek leert dat er een stevige piek in verkiezingsnieuws is in de ultieme verkiezingsweek. In deze week hield maar liefst de helft van het nieuws op Eén en VTM verband met de verkiezingen. In de andere weken schommelt het verkiezingsnieuws tussen 0 en 20%. Naarmate de verkiezingsdag naderde, steeg het verkiezingsnieuws gestaag, met uitzondering van de drie weken direct na de val van regering Letermé II (week -6 tot week -9). In die eerste precampagneweeken was vooral het organiseren van de verkiezingen een *hot issue*. We kunnen concluderen dat het kijkerspubliek gedurende de onderzoeksperiode niet echt werd overladen met verkiezingsnieuws; de omroepen Eén en VTM besteedden ook nog aandacht aan andere thema's. Maar we hebben vergelijkend materiaal doorheen de tijd nodig om te kunnen inschatten in welke mate de berichtgeving over de campagne van 2010 uitzonderlijk was of niet; onze indruk is dat er in 2010 eerder minder dan meer verkiezingsnieuws was.

Grafiek 1: Aandeel van de duur van verkiezingsnieuws binnen de totale duur van nieuws per week in de 19-uur-journaals op Eén en VTM van 5 april t.e.m. 27 juni 2010 (N= 14,8 uren)

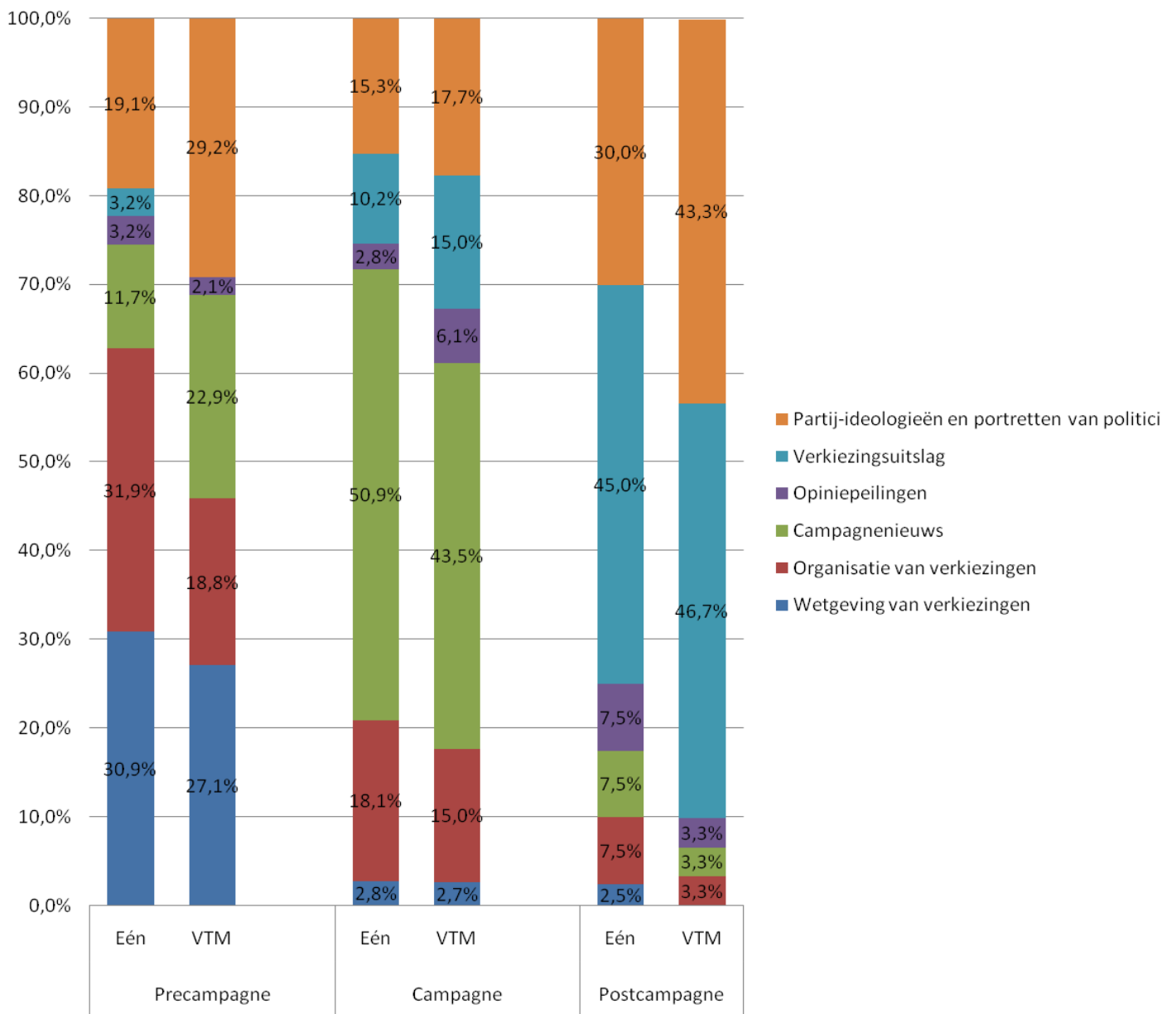


De volgende grafiek 2 verdiept zich verder in het verkiezingsnieuws en analyseert, voor Eén en VTM afzonderlijk, over welke aspecten van de verkiezingen er per periode wordt gerapporteerd. Zes verschillende categorieën worden onderscheiden. Een eerste categorie is de *wetgeving inzake verkiezingen*: dit zijn bijvoorbeeld veranderingen in de kieswet, wetten rond migrantenstemrecht, enzovoort. De tweede categorie is de *organisatie van verkiezingen*: bijvoorbeeld de opmaak van kieslijsten en de samenstelling van kieskringen. *Ideologieën van partijen en portretten van politici* worden als aparte categorie aanzien. *Campagnenieuws* is een vierde categorie waartoe verslagen van campagneactiviteiten, verkiezingsthema's of de stand van de 'verkiezingsrace' behoren. Ook de resultaten, analyse en gevolgen van *opiniepeilingen* vormen een aparte categorie. Ten slotte, wordt de (interpretatie van de) *verkiezingsuitslag* als aparte categorie opgenomen.

Grafiek 2 toont aan dat er geen grote verschillen zijn tussen Eén en VTM. De publieke zender heeft in elk van de drie periodes meer aandacht voor de organisatie van de verkiezingen en VTM heeft meer partij-ideologieën en portretten van politici aan bod laten komen. Uit deze resultaten kunnen we voorzichtig afleiden dat Eén meer dan VTM aandacht heeft voor de onpersoonlijke en abstracte kant van de verkiezingen, namelijk voor organisatie en wetgeving. VTM heeft meer dan Eén aandacht voor de persoonlijke en concrete aspecten van verkiezingen, namelijk personen en partijen.

Als we kijken naar de drie verschillende periodes valt op dat de aandacht voor verkiezingsnieuws in de periode vóór de campagne (precampagne) wordt verdeeld over de verschillende categorieën met uitzondering van de categorieën *verkiezingsuitslag* en *opiniepeilingen*. In de campagneperiode krijgt *campagnenieuws* duidelijk de overhand. Na de verkiezingen gaat, zoals verwacht, het verkiezingsnieuws vooral over de *verkiezingsuitslag* en *partij-ideologieën en portretten*. Wat al bij al toch opvalt, is de geringe aandacht voor opiniepeilingen. In de internationale literatuur wordt heel vaak gesteld dat verkiezingsnieuws steeds minder inhoudelijk wordt, gezien er steeds meer wordt bericht over de race zelf, en dat natuurlijk aan de hand van peilingen. In de Belgische context van 2010 gaat die stelling echter niet op. Peilingen komen relatief zelden aan bod.

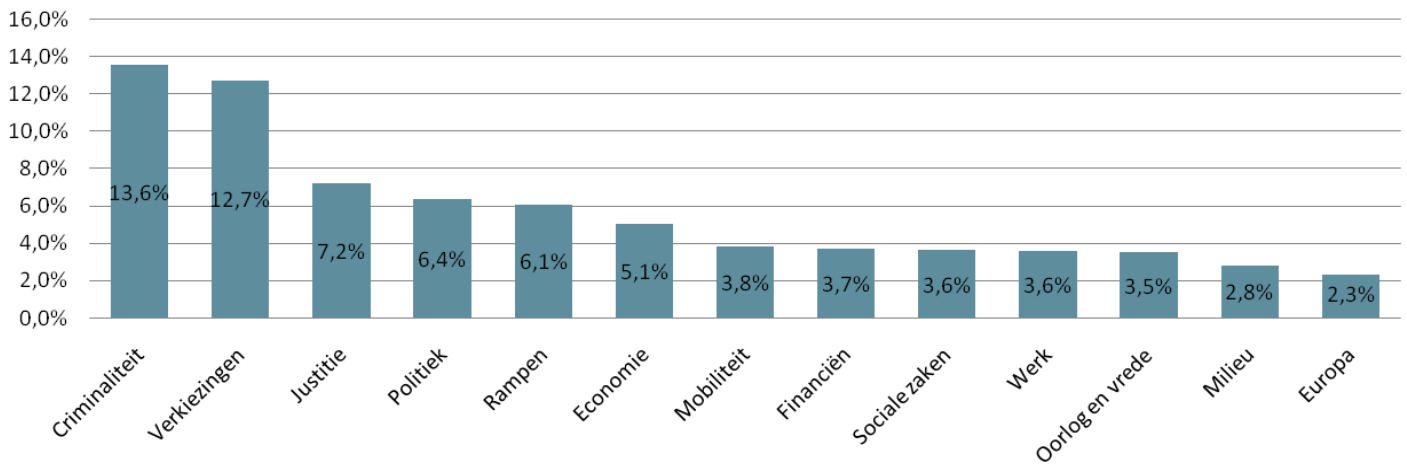
Grafiek 2: Aandeel van verkiezingscategorieën in het totaal verkiezingsnieuws per zender in de 19-uur-journaals op Eén en VTM van 5 april tem 27 juni 2010 (N= 439)



Als we ruimer kijken dan het strikte verkiezingsnieuws, welke thema's kwamen dan aan bod in de journaals? Die analyse kan ons leren welke thema's er door de media op de agenda werden geplaatst. Een thema dat in de media vaker wordt besproken, wordt ook in de hoofden van het kijkerspubliek belangrijker. Zeker in verkiezingstijd heeft deze agenda-setting een effect omdat kiezers hun partijkeuze vaak maken op basis van welk thema ze in de verkiezingsperiode belangrijk vinden. De kiezer kiest dan voor een partij die met dat thema geassocieerd wordt en voor dat specifiek thema beschouwd wordt als de 'beste' partij.

Grafiek 3 focust enkel op de campagneperiode (Week -5 t.e.m. Week 0). Ze toont aan welke thema's (enkel de belangrijkste) er in het nieuws aan bod kwamen. Het nieuws over verkiezingen staat op de tweede positie met ongeveer 13% aandacht. Over criminaliteit werd nog meer bericht (14%). Uit eerder onderzoek bleek dat criminaliteit ook in niet-verkiezingstijden het meeste aandacht wegkaapt op het Vlaamse TV-nieuws. Voeg daar nog het verwante thema justitie aan toe en het is duidelijk dat de Vlaamse journaals het veiligheidsthema sterk benadrukten tijdens de campagne. Het lijkt er echter niet op dat dat thema de campagne domineerde, of dat de positie van partijen op dat thema een groot verschil hebben gemaakt bij de verkiezingen. Na criminaliteit, verkiezingen en justitie volgen nog politiek (met uitzondering van de verkiezingen; 6%), rampen (6%), economie (5%), mobiliteit (4%), enzovoort.

Grafiek 3: Aandeel van de belangrijkste thema's in de 19-uur-journaals op Eén en VTM tijdens de campagneperiode van 3 mei t.e.m. 13 juni 2010 (N= 2.848)

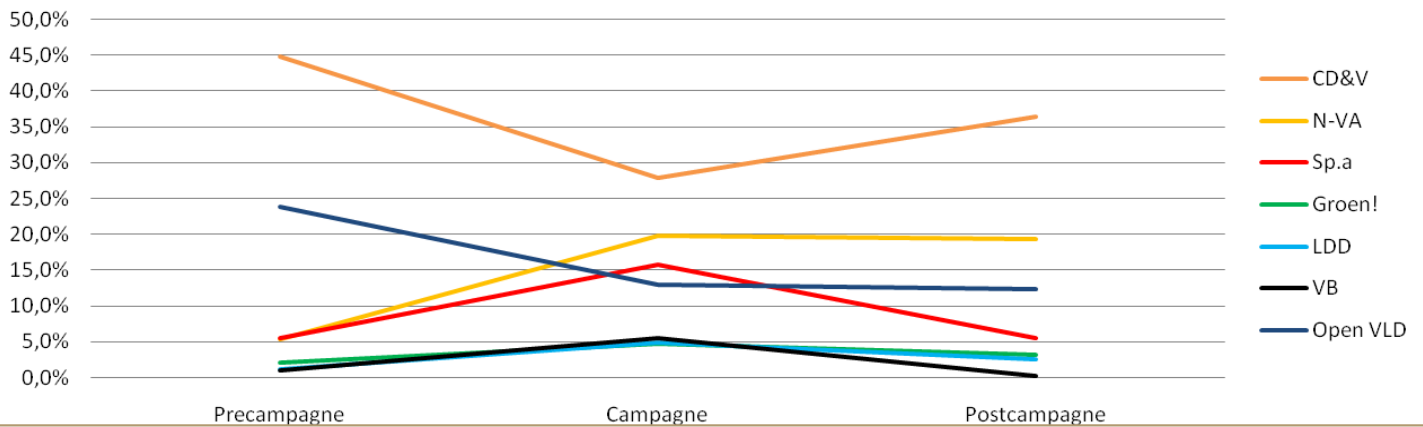


### Verkiezingsnieuws en partijen

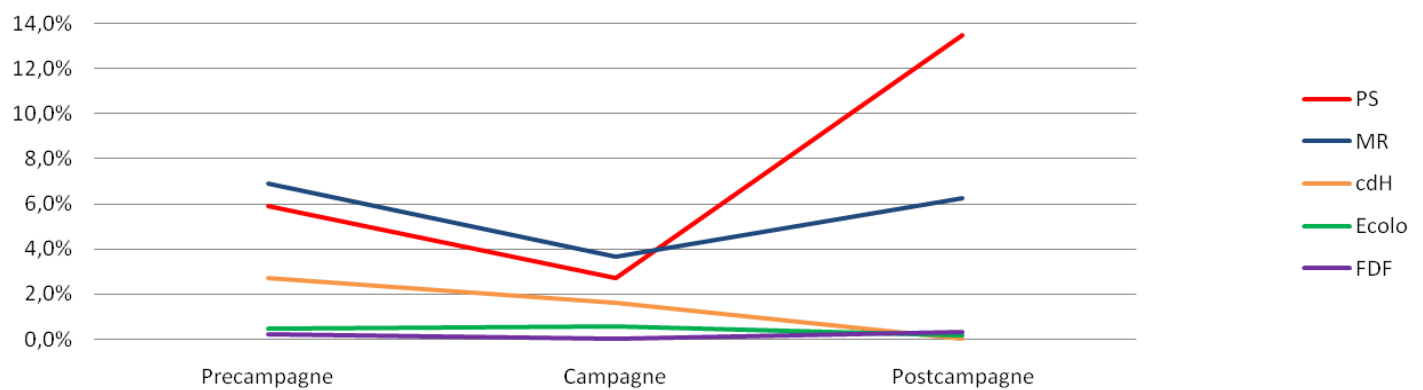
Welke partijen kregen het meeste spreektijd? Grafieken 4 en 5 geven de totale spreektijd van de politici per partij afzonderlijk voor de Vlaamse en Franstalige partijen. Vooral de drie Vlaamse traditionele partijen en de N-VA kregen veel spreektijd. De Vlaamse oppositiepartijen en alle Franstalige partijen, met uitzondering van de PS die een grote verkiezingsoverwinning behaalde, hinken sterk achterop. Een opmerkelijk resultaat is dat de CD&V onverwacht veel het woord kreeg. Bijna 50% van alle politici die we in de periode net vóór de verkiezingscampagne hoorden, was een politicus van CD&V. Tijdens de periode van de verkiezingscampagne daalt de spreektijd van CD&V drastisch om daarna terug te stijgen tot 36% van de totale spreektijd voor alle politici. Toch ligt de CD&V gedurende heel de periode ruimschoots op kop. De resultaten geven indirect aan dat veel media-aandacht voor een partij niet steeds gunstig is. De CD&V was gedurende de hele campagneperiode in moeilijkheden en er werd druk over haar nakend verlies gespeculeerd. In zulke omstandigheden heeft een partij wellicht liever wat minder aandacht. N-VA volgt een opmerkelijk parcours in die zin dat de cijfers voor de partij vrij laag zijn in de periode voor de campagne, ze stijgen tijdens de campagneperiode en houden nadien stand. Tegen de observaties van nogal wat waarnemers in was de N-VA dus niet alomtegenwoordig in het nieuws; in elke periode krijgt de CD&V het meeste aandacht. Open VLD krijgt veel spreektijd in de precampagneperiode: de partij haalde 'de stekker' uit de regering. In de weken die volgen, daalt de spreektijd van de Open VLD aanzienlijk. Sp.a heeft lage scores met uitzondering van de campagneperiode. Ook de oppositiepartijen (Groen!, LDD en Vlaams Belang) vertonen tijdens deze periode een lichte aandachtspiek maar blijven elk onder de 5% scoren.

Het is duidelijk dat de omroepen tijdens de campagneperiode zelf hun media-aandacht iets evenwichtiger over de verschillende partijen verdelen dan in de periode voor en na de campagne: partijen die buiten de campagneperiode minder aandacht krijgen, krijgen meer aandacht in de campagneperiode en partijen die buiten de campagneperiode veel meer aandacht krijgen, komen in de campagneperiode minder aan bod. In de verkiezingsperiode wordt er meer 'gebalanceerd' bericht dan in normale tijden. Toch blijft het zelfs in de verkiezingsperiodes zo dat de grote partijen een veel groter aandeel van de mediaberichtgeving opsorpen dan hun electorale sterkte doet vermoeden terwijl de oppositiepartijen onder hun gewicht boksen.

Grafiek 4: Aandeel van de totale spreektijd van politici van Vlaamse partijen in de 19-uur-journaals op Eén en VTM van 5 april t.e.m. 27 juni 2010 (N= 329 min)

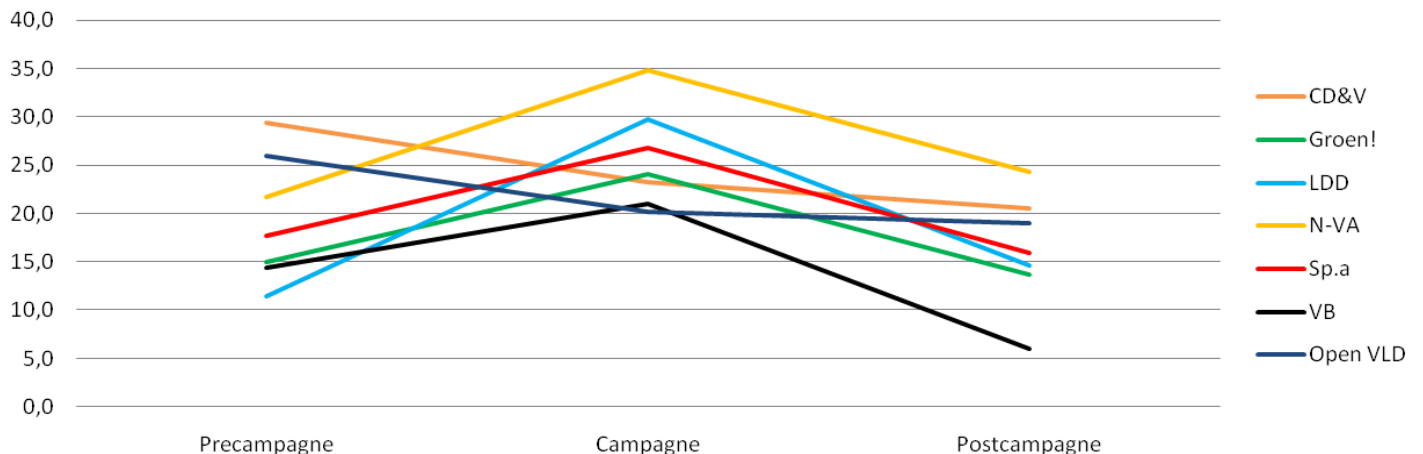


Grafiek 5: Aandeel van de totale spreektijd van politici van Franstalige partijen in de 19-uur-journaals op Eén en VTM van 5 april t.e.m. 27 juni 2010 (N= 48 min)



De totale spreektijd verschilt dus per partij en per periode. Het is echter mogelijk dat niet zozeer de totale spreektijd van belang is, maar wel de mogelijkheid die politici krijgen om uitgebreid en rustig de tijd nemend het standpunt van hun partij te vertolken. Hoe verhouden de verschillende partijen zich ten opzichte van elkaar wat de gemiddelde spreektijd van hun politici betreft? Grafiek 6 geeft de gemiddelde spreektijd weer voor alle Vlaamse partijpolitici. In de grafiek valt duidelijk af te lezen dat de gemiddelde spreektijd voor de politici stijgt in de campagneperiode met uitzondering van Open VLD en CD&V. Beide partijen, die in de regering zetelden, hadden een hoog gemiddelde (tussen 25 en 30 sec) voor de campagne. Deze gemiddelden dalen tijdens de campagneperiode. Opnieuw zien we dus dat de omroepen er naar streven om tijdens de campagne de aandacht over de partijen evenwichtiger te verdelen. Na de verkiezingen blijft de gemiddelde spreektijd van CD&V en Open VLD verder dalen; beide partijen leden een verkiezingsnederlaag en werden minder interessant voor de media. Politici van N-VA mogen per quote veruit het langst spreken in de zes weken vóór de verkiezingen en ook in de twee weken erna; gedoodverfde en echte winnaars mogen blijkbaar meer ongehinderd hun verhaal doen. De laagste scores zijn voor politici van het Vlaams Belang: vooral na de verkiezingsuitslag, die voor de partij een nederlaag inhield, krijgen politici van deze partij gemiddeld slechts zes seconden spreektijd.

Grafiek 6: Gemiddelde spreektijd in seconden van Vlaamse partijpolitici in de 19-uur-journaals op Eén en VTM van 5 april t.e.m. 27 juni (N=1.020)

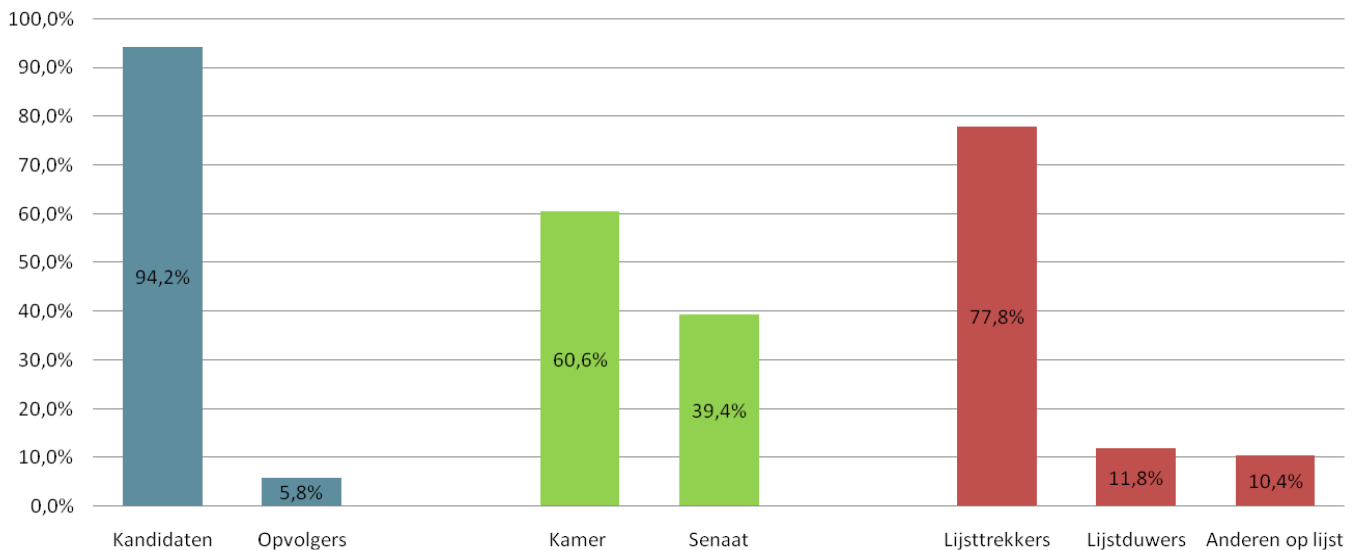


## Politici in het verkiezingsnieuws

Tot nu toe namen we alle politieke actoren in ogenschouw, met een totale populatie van 2.158 politici. In de volgende twee analyses verdiepen we ons enkel in de verkiezingskandidaten, dit wil zeggen de politici die op een verkiezingslijst stonden. Van de 2.158 politieke actoren die in de 12 onderzoeksweken aan bod kwamen in het Vlaamse televisienieuws, stonden er 1.332 op een lijst (62%) bij de verkiezingen van 2010.

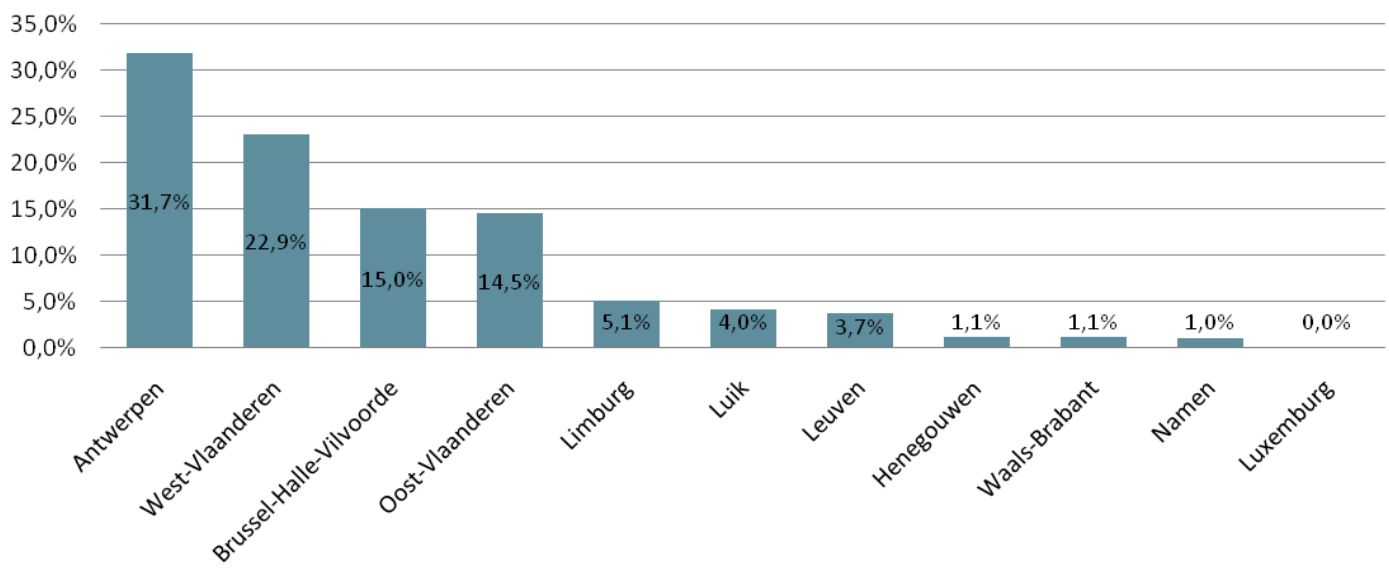
Grafiek 7 toont de totale spreektijd van de verkiezingskandidaten voor verschillende groepen. Het is vanzelfsprekend dat effectieve kandidaten op de lijst aanzienlijk meer aandacht (94%) krijgen dan hun opvolgers (6%). Of een politicus kandidaat is voor Kamer of Senaat speelt ook een rol. Zes op de tien kandidaten in het nieuws komt op voor de Kamer en vier op de tien voor de Senaat. Dit resultaat moet wel genuanceerd worden omdat er veel meer kandidaten zijn voor de Kamer (2.801) dan voor de Senaat (620). In verhouding krijgt een individuele Senaatskandidaat meer aandacht dan een Kamerkandidaat: een gemiddelde Senaatskandidaat is in de campagneperiode acht seconden aan het woord gekomen ten opzichte van drie seconden voor een gemiddelde Kamerkandidaat. De plaats op de verkiezingslijst speelt ook. Lijsttrekkers zijn meestal politici die ook buiten de verkiezingen veel aandacht krijgen (partijvoorzitters, ministers, ...) en ook tijdens de verkiezingscampagne gaat de meeste aandacht naar deze politici. Lijstduwers (bekende politici die op een lijst staan om kiezers aan te trekken, maar niet verkozen willen/kunnen worden) en andere politici op de lijst krijgen veel minder aandacht, respectievelijk slechts 12% en 10%.

Grafiek 7: Aandeel van de totale spreektijd van politieke actoren op verkiezingslijsten per categorie in de 19-uur-journaals op Eén en VTM van 3 mei t.e.m. 13 juni (N= 198 min)



De media-aandacht hangt dus af van de plaats op de verkiezingslijst, of een politicus voor Kamer of Senaat opkomt, effectief of opvolger is. Verschilt de hoeveelheid media-aandacht ook naargelang de kieskring waarin een politicus opkomt? Grafiek 8 geeft de totale spreektijd weer van de kandidaten per kieskring. Aangezien de Senaatslijsten per regio worden georganiseerd, worden in deze grafiek enkel de Kamerlijsten geanalyseerd. Er is één kans op drie dat, als een kandidaat voor de Kamer in de campagneperiode aan het woord komt, het een kandidaat van de kieskring Antwerpen betreft. Dit hoge resultaat valt in eerste instantie te verklaren door het feit dat deze kieskring met 24 zetels het beste wordt vertegenwoordigd in het Parlement. Elke partij kan 24 kandidaten naar voren schuiven die allemaal media-aandacht kunnen krijgen. In tweede instantie is de score te wijten aan het aantal 'grote namen' op de Antwerpse lijsten: Caroline Gennez, Annemie Turtelboom en Gerolf Annemans. De kieskring Antwerpen wordt gevolgd door West-Vlaanderen waar Yves Leterme lijsttrekker was van CD&V. Ook andere bekende namen zoals Jean-Marie Dedecker of Geert Bourgeois kwamen op in West-Vlaanderen. Op de derde plaats staan de verkiezingskandidaten van de kieskring Brussel-Halle-Vilvoorde. Zij spraken samen bijna 20 minuten in de zes weken die de verkiezingen voorafgingen. Ook de kieskring Oost-Vlaanderen heeft een behoorlijk hoge score met bijna 15% van de totale spreektijd. De andere kieskringen hinken achterop waarbij politici van drie van de Franstalige kieskringen slechts één percent of minder van de spreektijd toebedeeld krijgen.

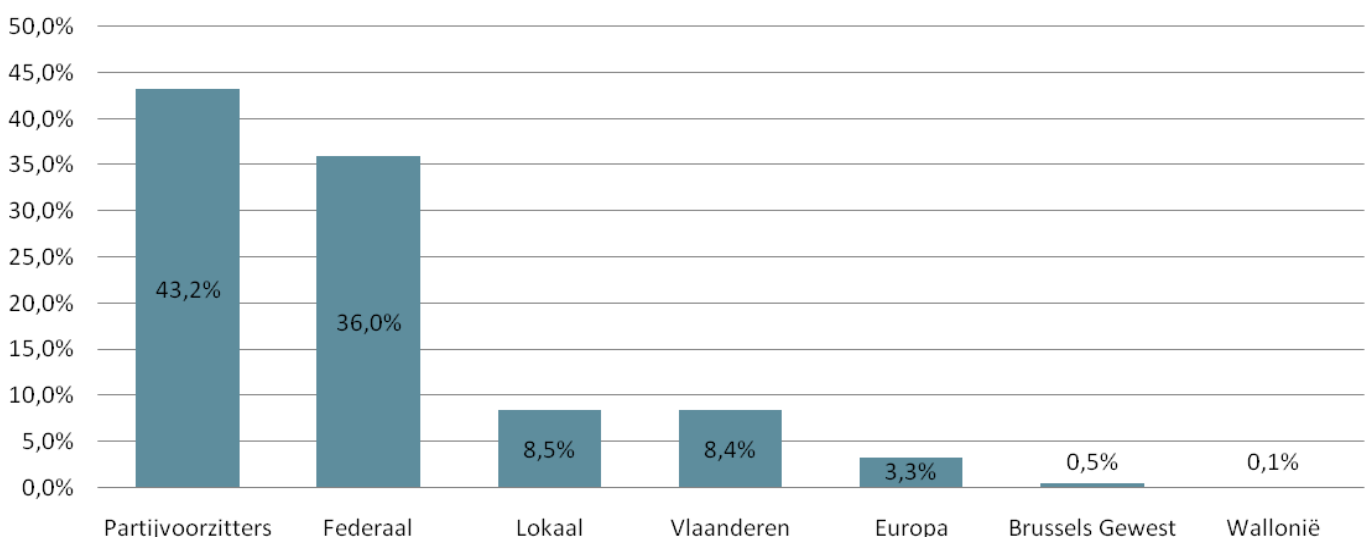
**Grafiek 8: Aandeel van de totale spreektijd van kandidaten op de Kamerlijsten per kieskring in de 19-uur-journals op Eén en VTM tijdens de campagneperiode van 3 mei t.e.m. 13 juni 2010 (N= 120 min)**



In de campagneperiode zijn Kamer, Senaat en de federale regering ontbonden (of in lopende zaken) en wordt de functie van partijvoorzitter dus cruciaal. Hij/zij is het uithangbord en de campagneleider van zijn/haar partij. De partijvoorzitter is, nog meer dan in niet-verkiezingstijd, hét gezicht van de partij. Dat is duidelijk af te lezen uit grafiek 9: partijvoorzitters kregen tijdens de campagneperiode bijna de helft van de totale spreektijd voor alle politici.

Kregen politici van het federale beleidsniveau (het ging om federale verkiezingen in 2010) meer media-aandacht dan politici van andere beleidsniveaus? Naast de partijvoorzitters kregen de ontslagnemende ministers en parlementsleden van het federale niveau ook ruime aandacht, namelijk 36%, wat nog meer is dan alle andere beleidsniveaus samen die verder in de grafiek volgen. Ook in niet-verkiezingstijd krijgen politici van het federale niveau meer aandacht dan bijvoorbeeld politici van het Vlaamse niveau, maar dat verschil in aandacht is minder extreem dan in onderstaande grafiek. Politici van het lokale niveau krijgen in verkiezingstijd zelfs nog een fractie meer media-aandacht (8,5%) dan de Vlaamse ministers en parlementsleden (8,4%). Europarlementsleden moeten het met 3% van de totale spreektijd voor politici doen. Politici van het Waalse en Brusselse bestuursniveau komen zo goed als helemaal niet aan bod.

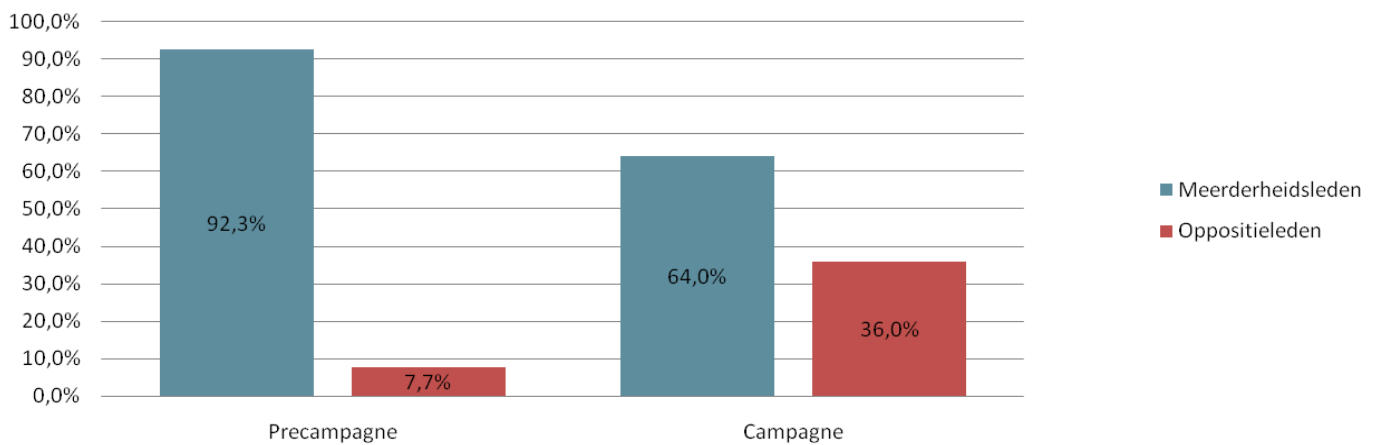
**Grafiek 9: Aandeel van de totale spreektijd van politici per beleidsniveau in de 19-uur-journals op Eén en VTM tijdens de campagneperiode van 3 mei t.e.m. 13 juni 2010 (N= 215 min)**





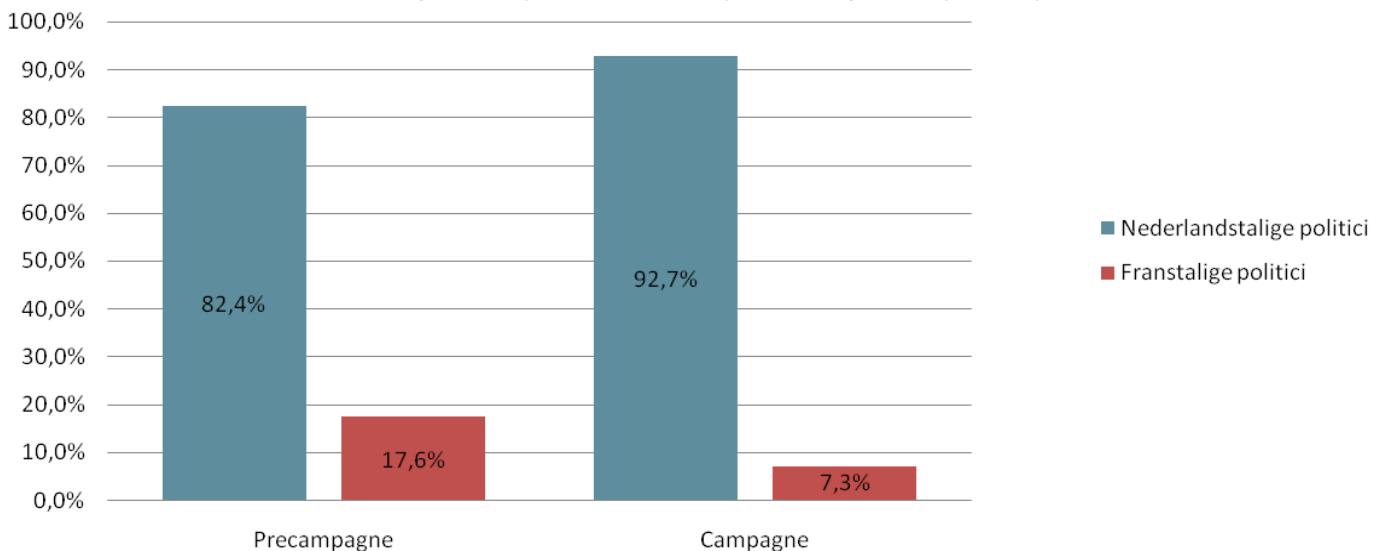
We weten al dat partijvoorzitters, politici van het federale niveau, lijsttrekkers en Antwerpse politici het meeste media-aandacht krijgen. Hoe zit het met de aandachtsverdeling voor meerderheids- en oppositieleiden? Volgende grafiek 10 geeft de verdeling van aandacht voor meerderheidsleden en oppositieleiden van het federale niveau en dat in de periode vóór en tijdens de verkiezingscampagne. De resultaten bieden inzicht in de verschuivingen in media-aandacht doorheen de twee periodes. In de periode vóór de verkiezingscampagne kwamen vooral meerderheidsleden aan bod: meer dan 9 op de 10 van de politici die werden vermeld (bij naam genoemd of aan het woord gekomen) waren lid van de meerderheid. Dit resultaat staat in groot contrast met het resultaat tijdens de campagneperiode: tijdens de zes weken die de verkiezingen voorafgingen, werd de aandacht tussen meerderheid en oppositie veel evenwichtiger verdeeld (64% voor meerderheid en 36% voor oppositie). Dit wijst er nog eens op dat de media de politieke logica volgen en in de verkiezingsperiode de verschillende politici evenveel kansen willen geven. De berichtgeving is opmerkelijk meer gebalanceerd.

Grafiek 10: Aandeel van vermeldingen van meerderheids- en oppositieleiden op federaal niveau in de 19-uur-journaals op Eén en VTM van 5 april t.e.m. 27 juni 2010 (N= 588)



België is een federale staat met gescheiden kieskringen. Dit wil zeggen dat een Vlaming niet kan stemmen op een Franstalige politicus en vice versa. Grafiek 11 geeft aan dat die scheiding ook voor de verkiezingsberichtgeving geldt: Franstalige politici worden in verkiezingstijd (nog) minder vermeld (bij naam genoemd of aan het woord gelaten; 7%) dan in niet-verkiezingstijd (18%). Vanuit journalistiek en politiek oogpunt is dat logisch aangezien Franstalige politici tijdens de campagneperiode (nog) minder relevant zijn voor de Vlaamse kiezer want hij/zij kan er toch niet op stemmen. De ondervertegenwoordiging van Franstalige politici in niet-verkiezingstijden wordt tijdens verkiezingen sterk aangescherpt.

Grafiek 11: Aandeel van vermeldingen van Nederlandstalige en Franstalige politici in de 19-uur-journaals op Eén en VTM van 5 april t.e.m. 27 juni 2010 (N= 1.794)



Hoe zit het met de individuele politici? Wie was de kampioen van de media? Onderstaande tabel geeft de top-30 van de politici met de meeste spreektijd in het Vlaamse televisienieuws. Daarbij wordt ook telkens de gemiddelde spreektijd weergegeven. Zoals verwacht, is N-VA-voorzitter Bart De Wever de absolute nummer één. Tijdens de campagneperiode van zes weken sprak hij in totaal bijna 24 minuten in de journaals, een heel stuk meer dan de tweede in de top-30. Elke keer dat hij het woord kreeg, mocht hij gemiddeld 41 seconden aan het woord blijven, wat ook al erg lang is. De opiniepeilingen in die periode voorspelden een grote overwinning voor De Wever en zijn partij. Dat trok vermoedelijk de journalistieke aandacht; De Wever en zijn partij waren relevant. Dat de overwinning uiteindelijk nog groter werd dan verwacht, zou deels te wijten kunnen zijn aan de ruimte media-aandacht voor zijn persoon in de laatste zes weken voor 13 juni 2010. In grafieken 4 en 5 bespraken we eerder de totale spreektijd van alle politici van de partijen. Daaruit konden we afleiden dat niet de politici van N-VA, maar de politici van CD&V het meeste spreektijd kregen op Eén en VTM. Het verschil tussen beide grafieken wijst erop dat vooral de persoon Bart De Wever sterk in beeld en aan het woord kwam. De Wever concentreerde, veel meer dan de leiders van de andere partijen, de aandacht voor zijn partij in zijn eigen persoon. Hij droeg het gewicht van de N-VA-campagne zo goed als alleen. Bij CD&V daarentegen, waren er verschillende politici die frequent het woord mochten nemen voor de partij. Dat in de tabel hieronder slechts drie N-VA'ers in de top-30 staan tegenover maar liefst elf CD&V'ers spreekt in dat verband boekdelen. Die drie N-VA'ers (De Wever, Bracke en Bourgeois) staan wel hoog in de hitlijst, de CD&V'ers staan verspreid over de hele top-30.

De toenmalige partijvoorzitter van CD&V, Marianne Thyssen, staat op de tweede plaats. Zij sprak gedurende 18 minuten in de Vlaamse televisiejournaals met een gemiddelde spreektijd van bijna 37 seconden. Sp.a-voorzitster Caroline Gennez staat op nummer drie in de top-30. Zij wordt gevolgd door Alexander De Croo die de federale regering had doen vallen. Hoewel Open VLD in de vorige regering zat, zijn er maar drie politici van Open VLD die veel aandacht krijgen. Ontslagnemend premier Leterme bekleedt de vijfde plaats. Hij sprak in totaal bijna negen minuten met een gemiddelde spreektijd van 20 seconden. De eerste Franstalige politicus is Didier Reynders. Ook in een voorgaande Nieuwsmonitor concludeerden we dat, over de gehele periode 2003-2009, Reynders van alle Franstalige politici het langste aan het woord kwam. Tweede N-VA'er in de lijst is nieuwkomer Siegfried Bracke; hij sprak gedurende 8 minuten met een hoge gemiddelde spreektijd van 35 seconden. Voor een nieuwkomer in de politiek, en voor een ex-journalist die er vroeger erg prijs op stelde dat een politicus in een korte quote zijn boodschap kon brengen, is dit zondermeer een opvallend resultaat. Wellicht spelen zijn reputatie en mediaverleden een belangrijke rol. Heeft Bracke een voorkeursbehandeling gekregen van zijn voormalige werkgever VRT? Volgens onze gegevens heeft hij langer op Eén dan op VTM gesproken, maar deze vaststelling geldt voor bijna alle politici: over de hele lijn laat de publieke zender politieke actoren langer en meer aan het woord dan VTM. De oppositieleiden Dedecker van LDD, Van Besien van Groen! en Dewinter van Vlaams Belang staan respectievelijk op de zevende, achtste en negende plaats. Opmerkelijk ook is dat er drie politici van Vlaams Belang in de top-30 staan en maar één van Groen!.

**Tabel 1: Top-30 van de politici met de meeste spreektijd en de gemiddelde spreektijd in de 19-uur-journaals op Eén en VTM tijdens de campagneperiode van 3 mei tem 13 juni 2010**

	Politicus	Totale spreektijd (in minuten)	Gemiddelde spreektijd (in seconden)		Politicus	Totale spreektijd (in minuten)	Gemiddelde spreektijd (in seconden)
1	Bart De Wever	23,6	40,5	16	Johan Vande Lanotte	3,6	19,4
2	Marianne Thyssen	18,2	36,5	17	Bruno Valkeniers	3,3	24,9
3	Caroline Gennez	16,4	44,8	18	Joëlle Milquet	3,1	17
4	Alexander De Croo	11,5	25,5	19	Stefaan De Clerck	2,8	21,3
5	Yves Leterme	8,5	20,4	20	Steven Vanackere	2,6	15,8
6	Siegfried Bracke	8,2	35,2	21	Peter Vanvelthoven	2,1	123
7	Jean-Marie Dedecker	8,0	43,4	22	Gerolf Annemans	2,0	17
8	Wouter Van Besien	6,0	51,6	23	Laurette Onkelinx	1,9	12,8
9	Filip Dewinter	4,8	22,1	24	Guy Vanhengel	1,9	28,8
10	Annemie Turtelboom	4,4	22,2	25	Patrick Janssens	1,9	28
11	Herman Van Rompuy	4,4	26,4	26	Ingrid Lieten	1,8	21,4
12	Geert Bourgeois	4,3	36,6	27	Inge Vervotte	1,8	35,3
13	Didier Reynders	4,2	16,7	28	Etienne Schouppe	1,8	17,7
14	Kris Peeters	4,1	18,8	29	Hilde Crevits	1,6	23,3
15	Pieter De Crem	4,0	21,9	30	Michel Doomst	1,5	29,6

Uit de Nieuwsmonitor 3 komen enkele duidelijke conclusies naar voren. Samengevat zien we het volgende:

- De 19-uur-journals van Eén en VTM werden in de 12 weken rond de verkiezingen niet overladen met nieuws over de verkiezingen, met uitzondering van de week juist voor 13 juni toen 50% van het nieuws verband hield met de verkiezingen.
- Tijdens de campagneperiode kregen de thema's criminaliteit, justitie en politiek het meeste aandacht in de nieuwsuitzendingen, het effect daarvan op de verkiezingen lijkt beperkt te zijn geweest.
- De verkiezingsperiode is voor de media een niet-normale periode waarbij de media-aandacht voor de verschillende partijen veel evenwichtiger verdeeld wordt dan in een niet-verkiezingsperiode.
- Van de politici die op verkiezingslijsten staan, krijgen de lijsttrekkers van de Antwerpse kieslijst voor de Kamer veruit het meeste media-aandacht.
- De partijvoorzitters zijn hét gezicht van hun partij tijdens verkiezingen; samen krijgen ze in de campagneperiode maar liefst 43% van de totale spreektijd.
- Nog meer dan in een niet-verkiezingsperiode gaat veel meer aandacht naar het federale dan naar het Vlaamse beleidsniveau.
- In verkiezingstijd komen nog minder Franstalige politici in het nieuws dan in niet-verkiezingstijd.
- Bart De Wever heeft van alle politici veruit het meest gesproken op Eén en VTM en bleef per interventie gemiddeld 41 seconden aan het woord. De Wever overvleugelt alle andere N-VA politici en concentreert erg veel aandacht voor zijn partij.
- De partij die het meest aan bod is gekomen tijdens de campagne is de CD&V; de N-VA scoort hoog maar was tijdens de campagne zeker niet dominant.
- De vrouwelijke partijvoorzitsters Thyssen en Gennez staan in de top-3 van politici met het meeste spreektijd.

## Contact

Wenst u meer informatie over het ENNA of de Nieuwsmonitor, neem contact op met Julie De Smedt, medewerker van het Elektronisch Nieuwsarchief.

E-mail                nieuwsmonitor@ua.ac.be

Telefoon             03 265 57 60

GSM                    0494 89 79 83