

Jan met de pet of Piet met de stropdas

Actoren in het Vlaamse televisienieuws (2003-2010)

Eén op de vier personen in het Vlaamse TV-nieuws is een voxpop, beter gekend als de 'man in de straat'. Dat blijkt uit onderzoek van de Universiteit Antwerpen en de Universiteit Leuven dat meer dan 170.000 quotes in 5.565 journaals onderzocht tussen 2003 en 2010. Voxpops komen vooral aan bod bij nieuwsfeiten over vermaak, toerisme en onderwijs. In Het Nieuws van VTM komt de voxpop vaker aan bod dan in Het Journaal van Eén. De elitebronnen die aan het woord komen omwille van hun functie of positie nemen het leeuwendeel van de quotes voor hun rekening. Van alle elites komen politici veruit het meest aan het woord. De elitebronnen domineren vooral de nieuwsitems over politiek, werk en economie.

Het Elektronisch Nieuwsarchief

Het Elektronisch Nieuwsarchief (ENA – 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

Onderzoekperiode	1 januari 2003 t.e.m. 31 december 2010
Aantal 19-uur-journaals (Eén en VTM)	N = 5.565
Aantal nieuwsitems	N = 122.726

Jan met de pet of Piet met de stropdas

Actoren in het Vlaamse televisienieuws (2003-2010)

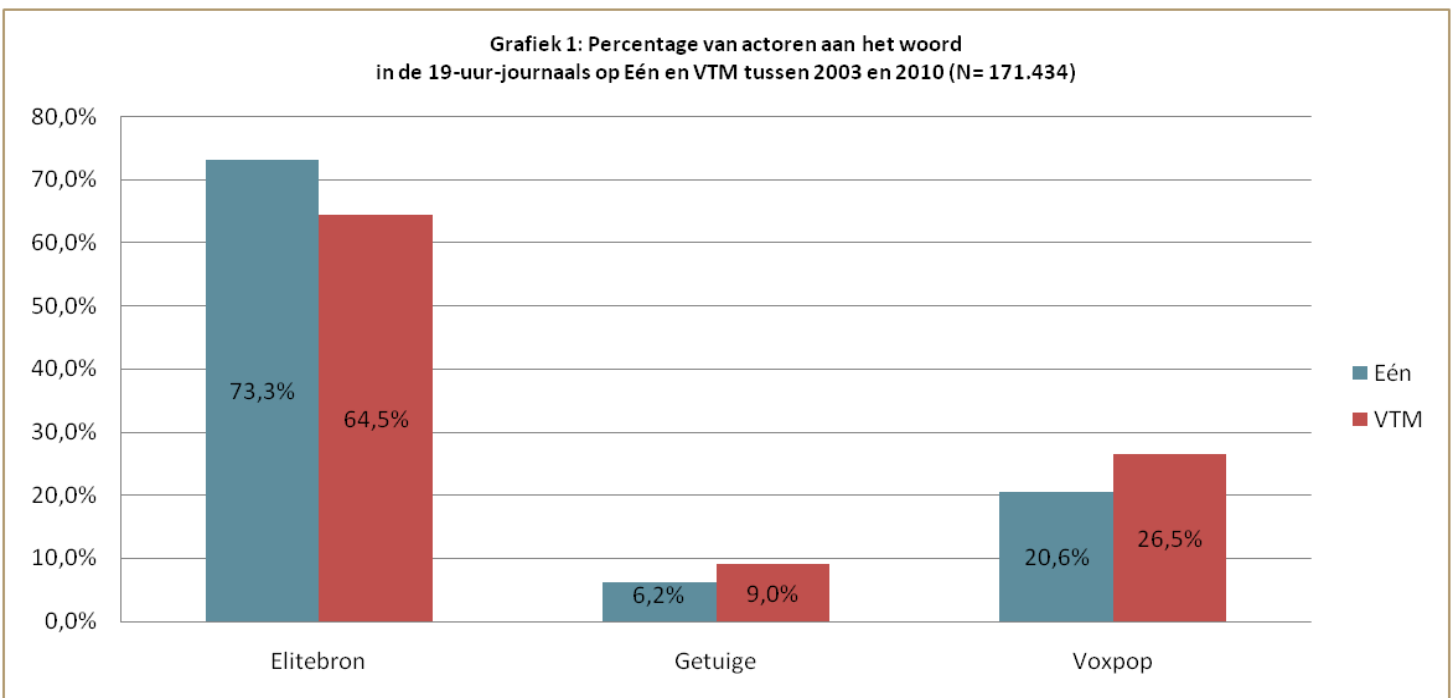
Julie De Smedt, Marc Hooghe & Stefaan Walgrave

Elke dag opnieuw presenteren de televisiejournals ons een venster op de wereld. De belangrijkste gebeurtenissen van de dag worden meegedeeld en gebundeld in een twintigtal nieuwsitems. De nieuwsitems zijn geen droge mededelingen of louter een opsomming van feiten. Integendeel, de feiten worden meestal verteld, geïllustreerd of aantrekkelijker gemaakt door één of meerdere personen met expertise, met een getuigenis of met een mening aan het woord te laten. Onderzoek geeft aan dat als informatie door een geïnterviewde in plaats van door de nieuwslezer of journalist wordt gebracht, die informatie een grotere impact heeft op het kijkerspubliek; de boodschap wordt beter onthouden en heeft een grotere impact op wat de kijker over het besproken probleem denkt. Van vakbondsleider tot festivalganger en van president tot ooggetuige: ze krijgen frequent een micro onder de neus geduwd als ze over informatie beschikken die voor de journalist en zijn verhaal relevant is.

De personen die in het TV-nieuws het woord krijgen (we spreken in deze Nieuwsmonitor van nieuwsbronnen of actoren), trekken de aandacht van de kijker en hun optreden blijft dus niet zonder gevolgen. Hoe de televisiekijker over een thema denkt, kan beïnvloed worden door het type van actor dat in het nieuws geïnterviewd wordt. Om zijn verhaal te vertellen, kan een TV-journalist uit een hele resem nieuwsbronnen putten, maar de ene nieuwsbron is de andere niet. Voorgaand onderzoek concludeert bijvoorbeeld dat, van alle actoren in het TV-nieuws, de 'man in de straat' de meeste invloed heeft op het kijkerspubliek. De kijker heeft de neiging om de mening van de 'man in de straat' te beschouwen als de algemene publieke opinie. Volgens hetzelfde onderzoek heeft de politicus die in het nieuws spreekt daarentegen veel minder impact op de kijker. Het ligt namelijk in de natuur van de politicus om te willen overtuigen en zijn standpunt te willen 'verkopen' en dat tast zijn geloofwaardigheid aan. Omdat het effect van een boodschap dus kan verschillen naargelang de geïnterviewde, is het belangrijk dat journalisten bewust omspringen met de selectie van actoren. Nemen we een item over de olieprijsstijging als voorbeeld. De journalist kan ervoor kiezen enkel de feiten te vermelden. Het item wordt echter aantrekkelijker als het wordt geïllustreerd of verteld door mensen die het woord nemen. De journalist kan een woordvoerder van een consumentenorganisatie interviewen die ervoor pleit dat de overheid maatregelen neemt. De minister die zich bezighoudt met consumentenzaken kan zijn bezorgdheid uiten en zeggen dat hij een voorstel voor accijnsverlaging zal indienen. Of nog kan een expert uit de oliesector aan het woord komen die de prijsstijging in een bredere context kadert en alles relativeert. De journalist kan ook de straat op trekken en 'Jan met de pet' interviewen—door bijvoorbeeld aan een tankstation lukraak een aantal automobilisten te interviewen. Wie de journalist uiteindelijk in zijn nieuwsitem aan het woord laat, heeft een impact op hoe de televisiekijker zelf over de prijsstijging denkt en op hoe de kijker denkt dat anderen erover denken.

Deze Nieuwsmonitor onderzoekt de actoren die in het Vlaamse televisienieuws aan het woord komen. Welk soort mensen krijgt het meeste kans om in het televisienieuws aan het woord te komen? Is het de expert of de politicus, of eerder het slachtoffer van een ongeval? Komen mannelijke en vrouwelijke actoren ongeveer even vaak aan bod in het nieuws? Welk type actor komt bij welk thema het meeste aan het woord? Komt de 'man in de straat' het meest aan het woord bij het thema criminaliteit of eerder bij culturele thema's? We doen dit onderzoek op basis van een analyse van alle 19-uur-journals van Eén en VTM van 2003 tot en met 2010. In totaal werden 122.726 items uit 5.565 televisiejournals onderzocht.

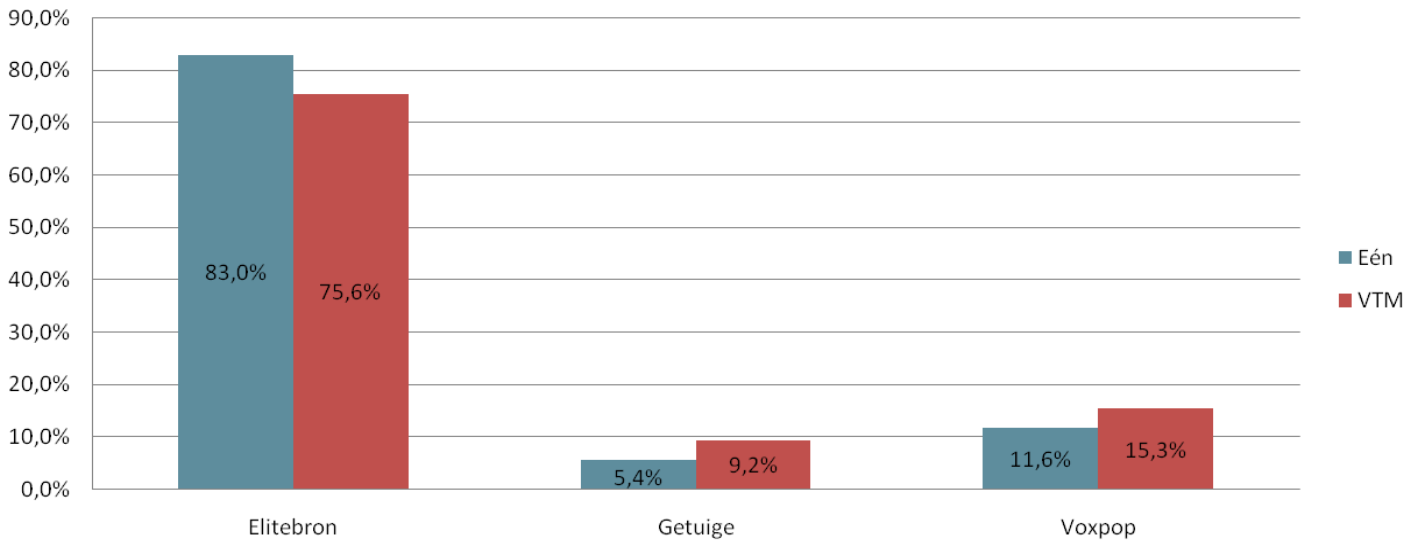
In dit onderzoek onderscheiden we drie soorten actoren. Ten eerste is er de **elitebron**. Dit zijn alle actoren die geïnterviewd worden omwille van hun functie en positie. Elitebronnen bezitten een bepaalde, specifieke expertise en kennis waardoor ze relevant zijn voor journalisten. Voorbeelden van elitebronnen zijn politici, militairen, werknemers, professoren maar ook bijvoorbeeld celebrities en royals. Een tweede groep zijn de **getuigen**. Het gaat om zorgvuldig geselecteerde actoren die geïnterviewd worden omdat ze exclusieve informatie bezitten over het onderwerp van het item of zelf het onderwerp zijn. Ze worden niet geïnterviewd omwille van hun expertise maar omwille van wat ze gezien of meegemaakt hebben; het gaat om hun getuigenis. Dit type actor is in zekere zin onvervangbaar omdat ze over informatie beschikken die zij alleen hebben. Bijvoorbeeld, bij een brand kan de buurman die alles heeft zien ontstaan een verhaal uit de eerste lijn vertellen; deze man of vrouw heeft geen specifieke expertise maar beschikt voor die ene brand wel over exclusieve informatie. Slachtoffers, ooggetuigen of kennissen van bekende personen zijn voorbeelden van geïnterviewden die we in de categorie van de getuigen onderbrengen. Kortom, bij de categorie van de getuigen gaat het om gewone mensen die iets bijzonders te vertellen hebben. Een laatste type actor is de zuivere 'man in de straat'. We noemen deze categorie **voxpop** (van vox populi, de stem van het volk). Het gaat hier om passanten die door de journalist 'willekeurig' geselecteerd worden omwille van hun mening over of ervaring met een gebeurtenis of fenomeen. Voxpops zijn vervangbaar omdat ze niet over exclusieve informatie beschikken; vele andere mensen beschikken over dezelfde info en zouden gelijkaardige quotes kunnen leveren. Voorbeelden van voxpops zijn klanten, deelnemers aan een betoging, toeschouwers of de winkelende medemens.



Grafiek 1 toont de verhoudingen in het aantal keer dat die drie types actoren in de laatste acht jaar het woord kregen in het Vlaamse TV-nieuws. Actoren die vanuit hun beroep spreken (elitebronnen), hebben de grootste kans op een interview met een aandeel van 73% op Eén en 65% op VTM. De voxpop, oftewel de man in de straat, komt meer dan 15.000 keer aan het woord (21%) op Eén en meer dan 25.000 keer (27%) op VTM. De getuigen kunnen het minst hun zeg doen met een aandeel van 6% op Eén en 9% op VTM. De gewone man (voxpops + getuigen) komt dus ruim meer aan het woord op de commerciële omroep dan op de openbare omroep; de publieke zender steunt meer op elitebronnen.

Grafiek 1 kijkt naar het aantal interventies van actoren in het nieuws maar het spreekt voor zich dat niet alle actoren even lang aan het woord (mogen) blijven. Uit de data blijkt dat de gemiddelde lengte van een quote zeer sterk verschilt naargelang het type actor. De elitebron mag gemiddeld het langst het woord nemen met 20 seconden. De getuige spreekt gemiddeld 17 seconden per quote. De voxpop, ten slotte, moet zijn boodschap in 10 seconden kunnen overbrengen. Die kortere spreektijd heeft als gevolg dat, in seconden uitgedrukt, de elitebronnen een heel groot deel van de spreektijd naar zich toe trekken.

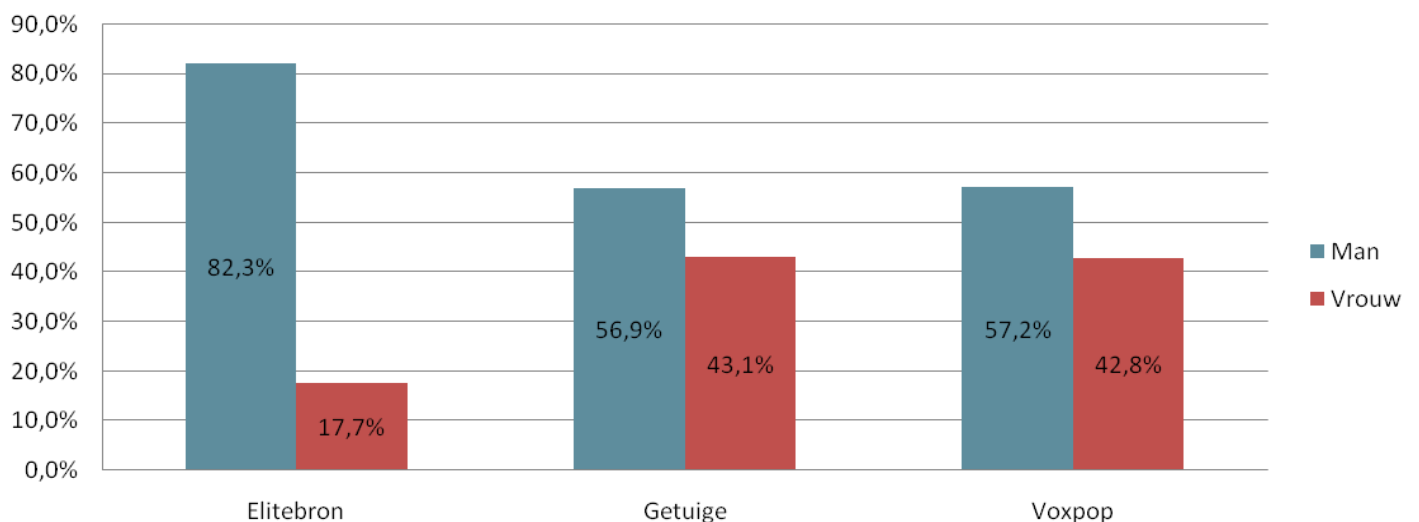
Grafiek 2: Tijdspercentage van actoren aan het woord in de 19-uur-journaals op Eén en VTM tussen 2003 en 2010 (N= 835 uren)



In tegenstelling tot Grafiek 1 houdt Grafiek 2 rekening met de lengte van de quotes. Zo kunnen we ons een beeld vormen van de reële media-aandacht (in uren) die actoren in het Vlaamse televisienieuws krijgen. De grafiek bevat alle spreektijd per type actor opgeteld; tijdens acht jaar kwamen mensen gedurende 835 uren aan het woord in het TV-nieuws. Omdat de gemiddelde lengte van de quote verschilt per type actor, zijn de resultaten in Grafiek 2 uiteraard wat anders verdeeld dan in voorgaande grafiek (Grafiek 1). Eén laat 83% van de totale spreektijd over aan de elitebron. Van alle geïnterviewden op VTM is drie op de vier een elitebron, dus 7% minder dan Eén. De voxpop, die wel vaak (zie Grafiek 1) maar niet lang aan het woord is, vertegenwoordigt 12% op Eén en 15% op VTM. De getuige kreeg in de laatste acht jaar het minste spreektijd met een aandeel van 5% op Eén en 9% op VTM. In de rest van deze Nieuwsmonitor zullen we vooral met de tijdspercentages werken en niet met het aantal verschijningen in het nieuws.

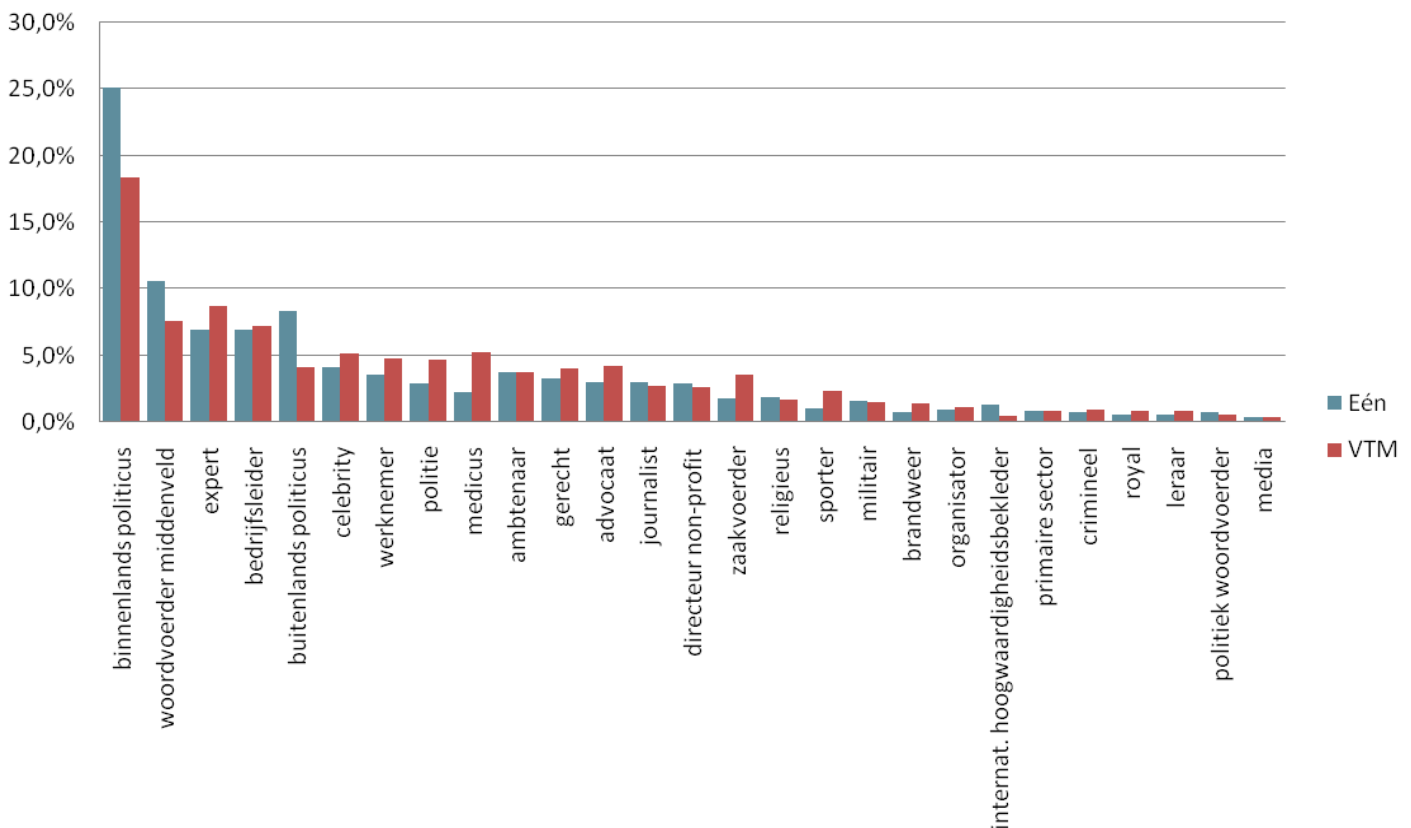
Uit voorgaande grafieken kunnen we concluderen dat, van alle actoren, de elitebron het meest prominent aanwezig is in het Vlaamse TV-nieuws, op Eén meer dan op VTM. De gewone man mag vaak zijn mening zeggen maar bleef dan nooit lang aan het woord. Toch is het aandeel gewone mensen in het nieuws zeker niet klein te noemen. In zo goed als elk journaal komen gewone mensen aan het woord. Per televisiejournaal komen gemiddeld 31 actoren aan het woord waarvan er 10 actoren getuigen of voxpops zijn. TV-journalisten maken dus vaak gebruik van gewone mensen om hun verhaal te kleuren en aantrekkelijker te maken.

Grafiek 3: Tijdspercentage van actoren volgens geslacht aan het woord in de 19-uur-journaals op Eén en VTM tussen 2003 en 2010 (N= 834 uren)



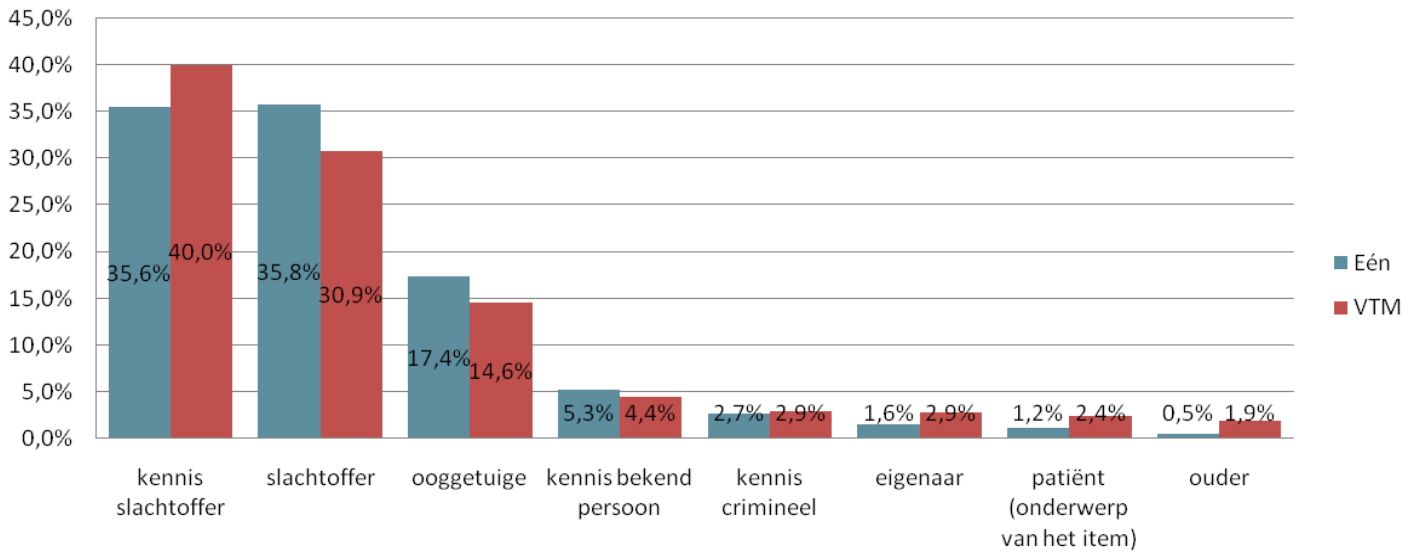
Per type actor kunnen we nagaan of het om mannen of vrouwen gaat. Vaak wordt gezegd dat de ondervertegenwoordiging van vrouwen in het nieuws te maken heeft met het feit dat vrouwen gewoon minder eliteposities bezetten. Als journalisten achter de elites aan gaan dan is het normaal dat ze minder vrouwen aan het woord laten. Als dat zo is dan zouden vrouwen minder ondervertegenwoordigd moeten zijn bij de niet-elitebronnen. Grafiek 3 toont aan dat de televisiejournals niet evenveel mannen als vrouwen aan het woord laten. De groep van elitebronnen wordt sterk gedomineerd door mannen. Maar liefst 82% van alle elitebronnen in de TV-journals is mannelijk en 18% is vrouwelijk. In de categorieën van de voxpops en de getuigen zijn de verschillen tussen het aandeel mannen en vrouwen veel minder uitgesproken: voor beide groepen is 43% van de geïnterviewden vrouwelijk. En toch: dit wil zeggen dat TV-journalisten eerder een man aan het woord laten ook als ze een willekeurige passant en getuige kunnen kiezen. Dus zelfs als journalisten zo goed als helemaal zelf kunnen kiezen wie ze interviewen, opteren ze nog altijd meer voor mannen dan voor vrouwen.

Grafiek 4: Tijdspercentage van elitebronnen aan het woord in de 19-uur-journals op Eén en VTM tussen 2003 en 2010 (N= 660 uren)



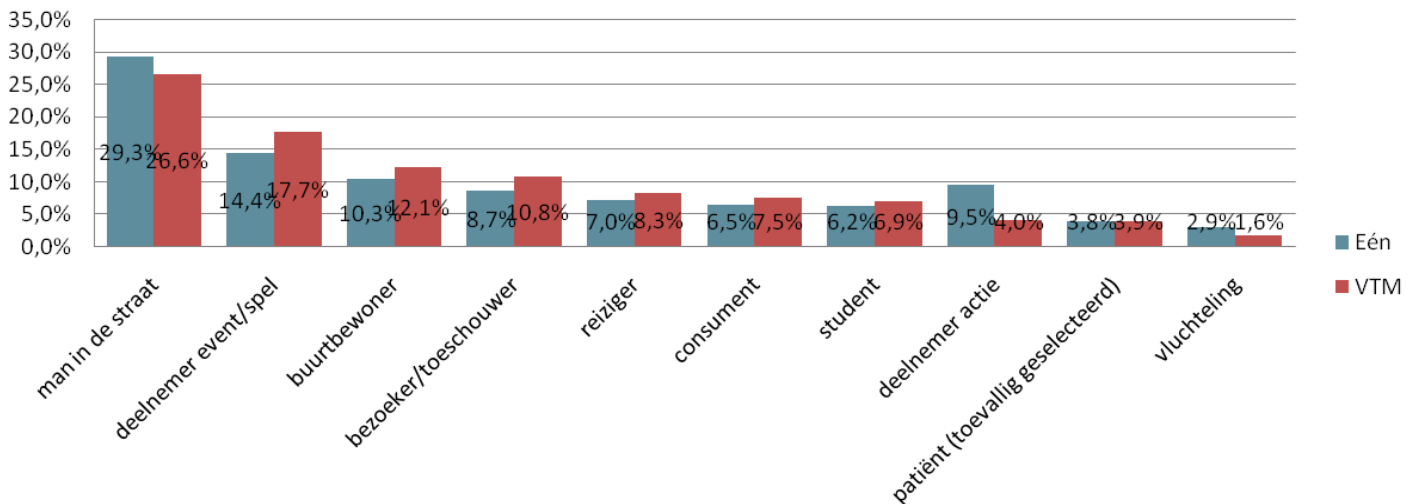
In vorige grafieken zagen we dat mannelijke elitebronnen het nieuws domineren. De elitebron wordt vooral geïnterviewd omwille van zijn of haar expertise in een bepaald domein. Grafiek 4 gaat, ongeacht het geslacht, dieper in op deze groep en geeft alle subcategorieën onder de elitebronnen weer. Binnenlandse politici steken er torenhoog bovenuit met maar liefst 18% van de aandacht op VTM en nog meer op Eén (25%). Ver achter de politici komen de woordvoerders van middenveldorganisaties het meeste aan het woord (11% op Eén en 8% op VTM). De expert (vaak onderzoeker of professor), bedrijfsleider en buitenlandse politicus volgen met ongeveer 7% van de aandacht. Het is opmerkelijk dat politici (zowel Belgische als buitenlandse) en woordvoerders van het middenveld veel meer het woord krijgen op Eén dan op VTM. Experts, celebrities, mensen van de politie en artsen worden meer op VTM dan op Eén geïnterviewd.

Grafiek 5: Tijdspercentage van getuigen aan het woord in de 19-uur-journaals op Eén en VTM tussen 2003 en 2010 (N= 62 uren)



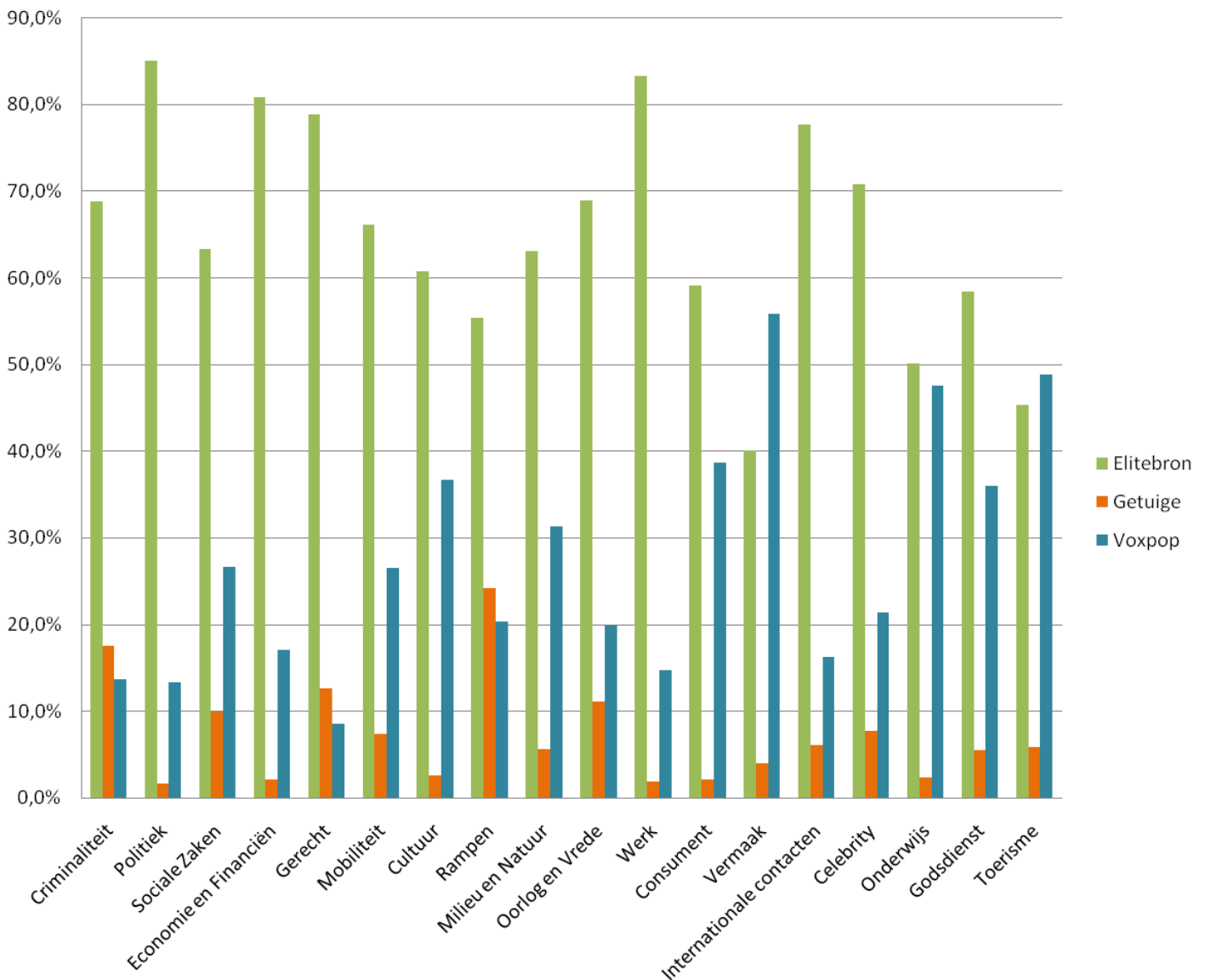
Grafiek 5 focust op de verschillende soorten actoren die we beschouwen als getuigen. Deze zijn relevant voor de journalist omwille van de getuigenis die zij kunnen brengen over een gebeurtenis of over derden. In de resultaten valt direct op dat vooral kennissen van slachtoffers, de slachtoffers zelf en ooggetuigen het woord krijgen. Deze drie soorten getuigen nemen het merendeel van de gevallen voor hun rekening. Dit resultaat doet vermoeden dat getuigen vooral aan het woord komen bij criminele feiten, ongevallen of rampen. Of dit effectief ook zo is, wordt duidelijk in Grafiek 7.

Grafiek 6: Tijdspercentage van voxpops aan het woord in de 19-uur-journaals op Eén en VTM tussen 2003 en 2010 (N= 114 uren)



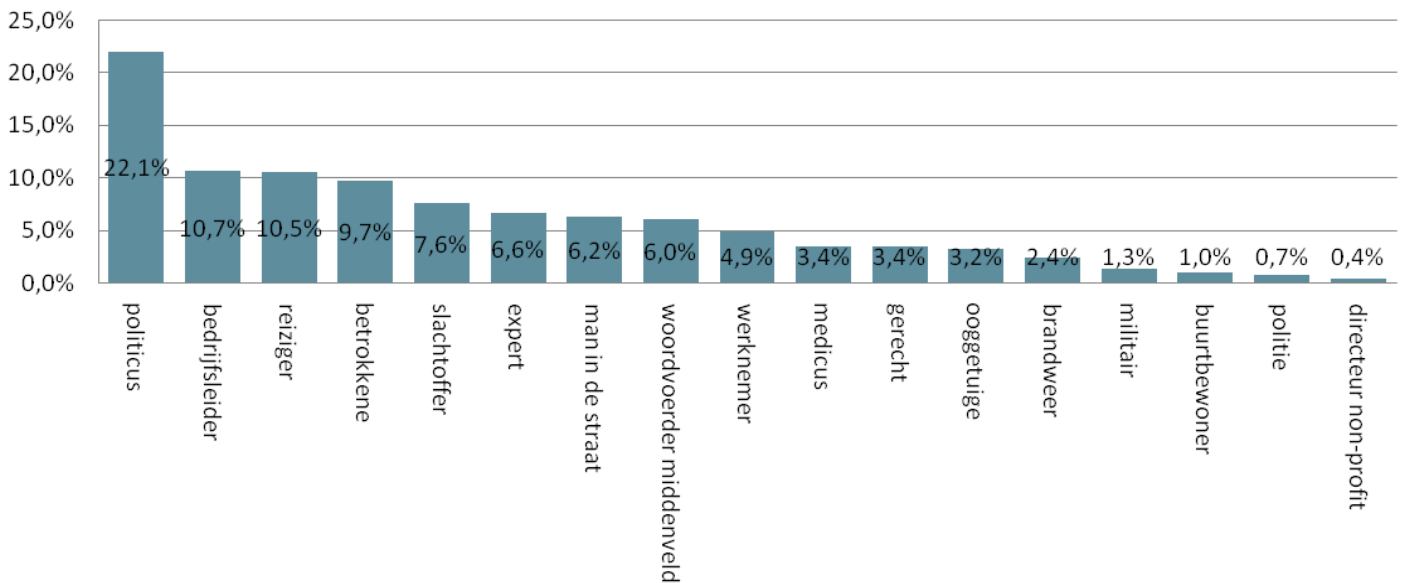
De derde categorie van actoren zijn de voxpops, mensen die er gewoon door de journalist worden uitgeplukt en die eigenlijk niets bijzonders weten of te vertellen hebben. In Grafiek 6 worden de voxpops in verschillende categorieën uitgesplitst. Noteer dat voxpops niet worden gevraagd omwille van hun expertise of getuigenis, maar eerder omwille van hun mening over iets of iemand. Van alle voxpops komt *letterlijk* de man in de straat het meeste aan het woord. Dit zijn personen die willekeurig op straat worden geïnterviewd. Interessant is dat het Eén en niet VTM is dat het meest van dit soort journalistieke techniek gebruik maakt. Na de mannen en vrouwen in de straat volgen de deelnemers aan een spel of evenement, buurtbewoners, bezoekers of toeschouwers etc. Telkens is het zo dat VTM meer tijd besteedt aan deze voxpops dan Eén. Deze grafiek is nogmaals een bewijs dat het te simpel is om te stellen dat Eén meer een elitejournaal maakt dan VTM dat dan weer meer gewone mensen aan het woord laat. Over het algemeen is dat zo maar onder die algemene waarneming schuilen toch wel interessante verschillen en paradoxen.

Grafiek 7: Percentage van actoren in de belangrijkste thema's aan het woord in de 19-uur-journaals op Eén en VTM tussen 2003 en 2010 (N= 228.693)



Uit de bovenstaande grafiek (Grafiek 7) kunnen we leren welk type actor journalisten opvoeren als een bepaald thema aan bod komt. De grafiek toont per thema aan hoe vaak een elitebron, getuige of voxpop het woord krijgen. In items over vrijwel alle thema's komen elitebronnen met expertise het meest aan het woord, de voxpop scoort vrijwel voor alle thema's de tweede plaats, de (oog)getuige zit vrijwel steeds op de derde plaats. Toch zijn er grote verschillen tussen de items. Het palet van geïnterviewden verschilt erg sterk van thema tot thema. In een item dat over politiek, werk of economie gaat, komen bijna alleen elitebronnen aan het woord (+80%). Dit wil zeggen dat de journalist er bij deze thema's voor kiest om eerder een persoon met expertise aan het woord te laten dan aan een willekeurige persoon zijn of haar mening te vragen. Daarentegen, als rampen, criminaliteit, gerecht en oorlog en vrede het voorwerp van het nieuwsbericht zijn, komen de getuigen meer dan voor andere thema's aan het woord (+10%). Het criminaliteit- of rampverhaal wordt dus vrij vaak verteld vanuit het standpunt van mensen die er bij betrokken zijn, die het zelf hebben zien gebeuren of ervaren hebben. 'Jan met de pet', de pure lukraak gekozen voxpop, krijgt meestal het woord als het nieuwsitem gaat over vermaak, toerisme of onderwijs (+40%). Typisch hier is het format waarbij een fuiganger, een dijkwandelaar of een leerling zijn mening mag geven over een en ander. De grafiek geeft aan dat journalisten nieuwsitems over verschillende thema's illustreren of kleuren door verschillende actoren het woord te geven.

Grafiek 8: Tijdspercentage van actoren in de case van de treinramp in Buizingen aan het woord in de 19-uur-journaals op Eén en VTM van 15/02/2010 t.e.m. 21/02/2010 (N= 43 min)



De laatste grafiek (Grafiek 8) toont een concreet voorbeeld van de verschillende actoren die aan het woord kunnen komen in het TV-nieuws. De media-aandacht voor de treinramp in Buizingen wordt hier als case geanalyseerd. Die ramp, die plaatsvond op 15 februari 2010, behoort tot de dodelijkste uit de geschiedenis van de spoorwegen in België. De grafiek geeft de totale spreektijd van de actoren weer die inzake de ramp aan het woord kwamen in de week nadat de ramp plaatsvond. In totaal kwamen er in die week gedurende 43 minuten actoren aan het woord. De duur van alle items over de ramp in de onderzochte week bedraagt 155 minuten. Dit wil zeggen dat bijna één derde van de aandacht voor de ramp werd besteed door mensen aan het woord te laten. Moderne nieuwsuitzendingen zijn dus doordeesemd met sprekende hoofden en quotes. Ze maken een groot deel van de totale nieuwstijd uit. De actoren die het meest aan het woord kwamen over de Buizingse ramp zijn de politici (22%). De bedrijfsleiders (voornamelijk spoorbazen) volgen de politici op met 11% van de spreektijd. De treinreiziger is de eerste voxpop die in de grafiek voorkomt met tevens 11% van de spreektijd. Nadien volgen nog de getuigen van de ramp: betrokkenen (10%) en slachtoffers (8%). De grafiek geeft mooi de enorme diversiteit aan bronnen aan. Vooral grote nieuwsverhalen zoals de ramp in Buizingen worden van alle mogelijke kanten met commentaar, duiding en meningen bedacht. Elke dag weer moet er nieuws gebracht worden en dus gaan journalisten op zoek naar een frisse invalshoek, een nieuwe mening of een ander aspect. En het interviewen van allerlei soorten actoren is daarbij de meest gebruikte techniek.

Is de verdeling van de verschillende types bronnen in het nieuws van Eén en VTM afwijkend te noemen? Dat is moeilijk te zeggen omdat we niet echt een goede benchmark hebben. Globaal kun je zeggen dat het Vlaamse TV-nieuws nog steeds in sterke mate steunt op elitebronnen; twee op de drie mensen die aan het woord komen in de journaals kunnen we als deel van de elite beschouwen. Daar is niets fout mee. Elites hebben exclusieve kennis of informatie: ze maken het nieuws zelf (vb. politici) of ze geven er vanuit hun expertise commentaar op (vb. professoren). Je kan zeggen dat de informatieve waarde van experts gemiddeld zeker hoger ligt dan die van de twee andere mogelijke bronnen: getuigen en voxpops. Die twee categorieën verhogen vooral de betrokkenheid van de kijker, brengen het nieuws vanuit een menselijk en minder abstract standpunt. Inzake loutere informatie doen ze zeker onder voor de elitebron, maar ze geven het nieuws meer kleur en maken het aantrekkelijk. Over het algemeen kan je zeggen dat de commerciële omroep zijn nieuws meer brengt vanuit de invalshoek van de gewone man terwijl Eén toch nog steeds meer beroep doet op elites om het nieuws te maken en te duiden. Maar dat geldt niet voor elke categorie van nieuws (vb. voor het politieke nieuws). Het probleem van het overmatig gebruik van getuigen of voxpops is dat de journalist dan meer dan ooit de regisseur wordt van het verhaal dat hij zelf wil vertellen. De macht om het nieuws te framen en te interpreteren wordt veel groter als je beroep kan doen op bronnen die je helemaal zelf kan kiezen en geen 'weerstand' bieden. Opvallend is wel dat er doorheen de onderzoeksperiode nauwelijks een trend weg van elitebronnen en naar getuigen en voxpops is vast te stellen. Van 2003 tot 2010 is er geen eenduidige stijging van het aantal voxpops, bijvoorbeeld. Het gaat wat op en neer. Dat lijkt er op te wijzen dat de Vlaamse TV-journaals de laatste jaren niet 'volker' of minder elitair zijn geworden wat betreft mensen die er in aan het woord komen.

Samenvatting

- Elitebronnen, die aan het woord komen omwille van hun expertise, krijgen meer dan drie vierde van alle spreektijd van alle actoren in het Vlaamse televisienieuws.
- Voxpops die aan het woord komen omwille van hun mening, krijgen redelijk vaak de kans (24%) om aan het woord te komen, maar blijven slechts gemiddeld 10 seconden aan het woord per quote. De spreektijd voor voxpops bedraagt daardoor 13% van de totale spreektijd voor alle actoren.
- Getuigen, die aan het woord komen omwille van hun getuigenis, krijgen minder dan één tiende van de spreektijd.
- Ongeveer één elitebron op vijf is een man. De verdeling man-vrouw is wat gelijkjer bij de getuigen en voxpops maar ook daar komen mannen veel meer aan het woord (terwijl daar geen enkele reden voor is).
- Van alle elitebronnen komt de politicus veruit het meest aan het woord.
- Op Eén komen meer elitebronnen aan het woord dan op VTM; beide journaals hebben dus een duidelijk ander profiel en vertellen hun nieuws vanuit een ander perspectief.

Contact

Wenst u meer informatie over het ENA 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
Website	www.m2p.be/Nieuwsmonitor
Facebook	http://www.facebook.com/Nieuwsmonitor