

Het binnenlandse en buitenlandse nieuws verweven

Elf jaar buitenland in het Vlaamse tv-nieuws (2003-2013)

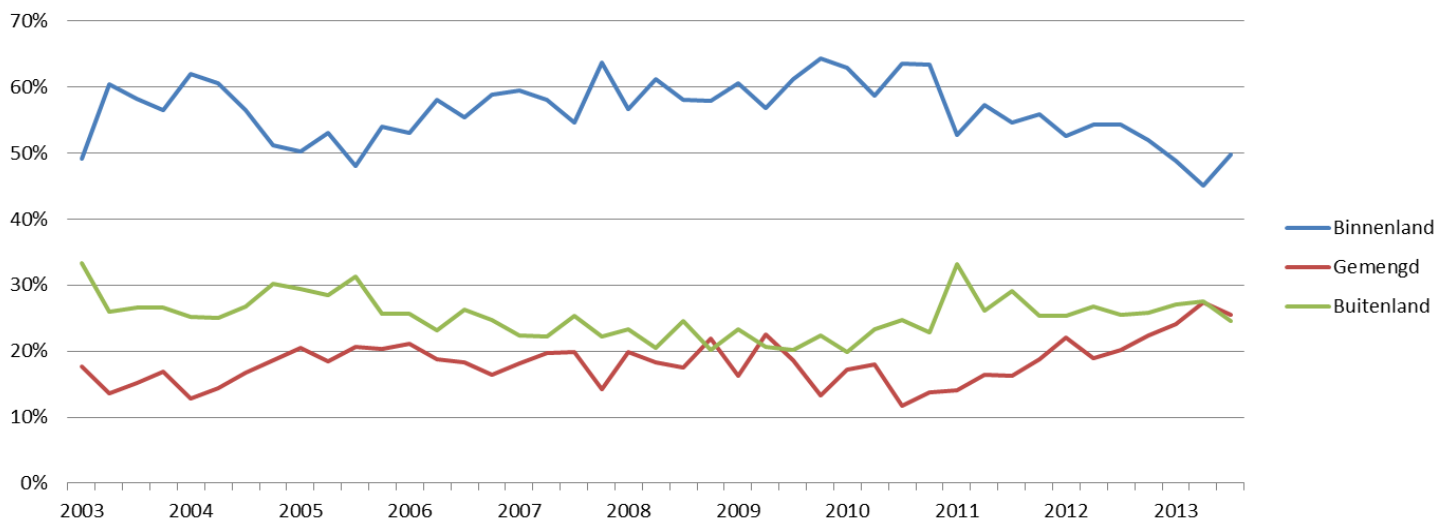
In februari 2014 bracht Gie Goris, hoofdredacteur van MO*, een [paper](#) naar buiten met als titel 'Buitenlandberichtergeving is dood. Leve de mondiale journalistiek?'. Daarin doet hij een oproep voor meer gediversifieerd buitenlands nieuws en geeft daarbij een overzicht van de huidige tendensen, inzichten en wetenschappelijk onderzoek over buitenlandberichtergeving. In de paper verwijst de auteur enkele keren naar analyses van het Steunpunt Media. De data die in de paper worden aangehaald, zijn slechts up-to-date tot en met juni 2010. Deze Nieuwsmonitor Flash wil een update geven van de analyses. In totaal bekijken we bijna elf jaar televisienieuws op Eén en VTM: van januari 2003 tot en met september 2013. Hoeveel buitenland was er op het scherm te zien? Welke landen krijgen de meeste zichtbaarheid?

De Nieuwsmonitor is een initiatief van het Steunpunt Media, een consortium van vier Vlaamse universiteiten dat in opdracht van de Vlaamse Overheid wetenschappelijk onderzoek doet naar nieuwsberichtergeving en mediawijsheid in Vlaanderen. Het is een periodiek wetenschappelijk rapport over een actueel topic in de Vlaamse media. Het rapport wordt geschreven op basis van de data die het Steunpunt Media verzamelt. De Nieuwsmonitor Flash is een korter rapport dan de gangbare Nieuwsmonitoren en kan daarom sneller inspelen op de actualiteit. Voor meer informatie over de Nieuwsmonitoren en het Steunpunt Media, raadpleeg www.steunpuntmedia.be.

Is buitenlandberichtergeving dood?

In [Nieuwsmonitor 4](#) stellen we vast dat de berichtgeving over het buitenland systematisch daalde in de periode 2003 tot 2010: van een jaargemiddelde van 28% in 2003 naar 23% in 2010. Later, in [Nieuwsmonitor 10](#), concluderen we dat het jaar 2011 deze trend doorbreekt: ten opzichte van 2010 stijgt het aandeel buitenlands nieuws met 6% en maakt het 28.5% uit van het totale nieuwsaanbod. Heeft deze stijging zich in de volgende jaren voorgezet?

Grafiek 1: Tijdspercentage van het aandeel binnenlands, buitenlands en gemengd nieuws in de 19-uur-journaals op Eén en VTM van 2003 tot en met september 2013 (N= 3.904 uren)



Grafiek 1 toont de geografische spreiding van het televisienieuws over de laatste elf jaar. We onderscheiden drie categorieën: binnenlands nieuws (uitsluitend een Belgische onderwerp), gemengd nieuws (een Belgische en een buitenlandse context in één item) of buitenlands nieuws (uitsluitend een buitenlandse onderwerp). Voorbeelden van deze categorieën zijn: een gewelddadige overval in Mechelen (puur binnenlands), de opening van een buitenlandse vestiging door een Belgisch bedrijf (gemengd) of verkiezingen in een Afrikaans land (buitenlands). In de grafieken gaat het steeds over tijdspercentages, dus de hoeveelheid tijd die aan een onderwerp wordt besteed in verhouding tot de totale lengte van de nieuwsuitzendingen. Op die manier weegt een langer item natuurlijk zwaarder door dan een kort bericht.

Het aandeel buitenlands nieuws daalt geleidelijk van 28% in 2003 tot 23% in 2010. In 2011 wordt er opnieuw opmerkelijk meer over het buitenland bericht (28%). Dat is een van de hoogste scores in de onderzoeksperiode. Sindsdien is er een lichte terugval van zuiver buitenlands nieuws en schommelt het aandeel in de laatste twee jaren rond 26%. De duidelijke trend die we in de periode 2003-2010 zagen, waarbij de aandacht voor het buitenland systematisch daalde, wordt vanaf 2010 dus omgebogen. De opmerkelijkste trend in de buitenlandberichtgeving is de systematische stijging van het gemengde nieuws sinds 2010. Zoals het aandeel gemengd nieuws geleidelijk stijgt in de laatste jaren, daalt het zuiver binnenlandse nieuws in deze periode. De nieuwsuitzendingen berichten steeds minder over het nationaal niveau, en steeds meer over het internationale niveau waarvan België deel uit maakt. Vooral de financieel-economische en politieke thematiek die vroeger eerder een nationale aangelegenheid was, wordt steeds meer op het internationale toneel beslecht. De nationale economie, politiek en financiële situatie worden steeds meer beïnvloed door de Europese Unie en het buitenland, wat ook in de analyses naar voren komt.

Aan de hand van deze analyses kunnen we niet stellen dat buitenlandberichtgeving dood is. Anno 2013 bericht grofweg de helft van het Vlaamse nieuws over een buitenlandse of gemengde context. De andere helft focust op uitsluitend binnenlandse aangelegenheden. Er is een trend in het Vlaamse televisienieuws naar meer berichtgeving over internationale onderwerpen met een link naar België, en steeds minder over zuiver Belgische onderwerpen. Of zoals Gie Goris het in de MO*-paper stelt: "Er is wel degelijk een wereld ontstaan waarin de scherpe grenzen tussen binnen- en buitenland vervaagd zijn. Migratie, pandemieën, vervuiling, wereldhandel, klimaat, de mogelijkheden om een sociaal herverdelend beleid te voeren, transitie, energie en voedsel: het zijn allemaal voorbeelden van terreinen die niet netjes aan een binnen- of buitenlandredactie toegewezen kunnen worden."

Aandacht voor niet-Westerse landen?

Op welke landen focussen de Vlaamse nieuwsuitzendingen als er over een buitenlandse context bericht wordt? Tabel 1 geeft een overzicht van de landen met de meeste zichtbaarheid in de laatste elf jaar.

Tabel 1: Top 20 van de landen met de meeste zichtbaarheid

	Land	%		Land	%
1	Verenigde Staten	7,08%	11	Israël	1,10%
2	Frankrijk	4,01%	12	Turkije	0,85%
3	Nederland	3,39%	13	Griekenland	0,72%
4	Verenigd Koninkrijk	3,04%	14	Afghanistan	0,67%
5	Duitsland	2,39%	15	Democratische Republiek Congo	0,57%
6	Irak	1,99%	16	Syrië	0,57%
7	Italië	1,63%	17	Egypte	0,53%
8	Spanje	1,33%	18	Japan	0,53%
9	Rusland	1,27%	19	Polen	0,53%
10	China	1,11%	20	Zwitserland	0,50%

Het land dat, na België, het meest in het Vlaamse nieuws aan bod komt, zijn de Verenigde Staten. De VS komen in 7% van de totale nieuwstijd aan bod. Verder achter de Verenigde Staten komen de directe buurlanden van België: Frankrijk (4%) en Nederland (3%). De ruime media-aandacht voor deze groep landen kan verklaard worden door hun nabijheid bij België en door het feit dat er daar dezelfde talen worden gesproken. Om nieuws aantrekkelijk te maken, is het belangrijk dat de televisiekijker zich kan identificeren met wat er in het nieuws aan bod komt. Een Belg zal zich gemakkelijker kunnen identificeren met een Fransman of Duitser dan met een Roemeen of Ecuadoriaan. Bovendien zijn de omringende landen vaak economisch relevanter dan landen die verder verwijderd zijn van België. Dit verklaart de ruime media-aandacht voor de buurlanden. Irak is het eerste land dat geen buurland is van België (uitgezonderd de VS): het land staat op de zesde plaats met 2% nieuwstijd. Het spreekt voor zich dat deze media-aandacht te wijten is aan de oorlog in Irak die in 2003 ontstond en nog vele jaren nadien voortduurde. Opvallend ook is de 9de en 10de plaats van Rusland en China, de opkomende wereldmachten. Congo, de ex-kolonie van België, staat op de 15de plaats in de top-20. De aanhoudende conflicten in Syrië en Egypte kregen in de laatste jaren ruime aandacht in het nieuws. Dit verklaart hun aanwezigheid in de huidige top 20 (periode 2003-2013), in Nieuwsmonitor 4 (periode 2003-2010) stonden deze landen nog niet in de top.

Contact

Wenst u meer informatie over het Steunpunt Media of de Nieuwsmonitor, neem contact op met Julie De Smedt, projectcoördinator van het steunpunt Media.

E-mail	Julie.desmedt@uantwerpen.be	Website	www.steunpuntmedia.be
Telefoon	03 265 57 60	Twitter	@steunpunt_Media
GSM	0494 89 79 83		