

Lynn Epping, Debby Vos &amp; Julie de Smedt\*

# 'Second order elections' in de media? Berichtgeving over de lokale verkiezingen van 2012 in België

*Dit onderzoek richt zich op de hoeveelheid media-aandacht voor politici in verkiezingstijd. Naar de 'second order elections' literatuur werd verwacht dat de nationale en Vlaamse politici met een lokale kandidatuur meer aandacht kregen van de media dan lokale kandidaten zonder nationaal of Vlaams mandaat. Het blijkt dat het merendeel van de aandacht gaat naar nationale politici met een lokale kandidatuur.*

## Inleiding

Dit onderzoek richt zich op de hoeveelheid media-aandacht voor politici in verkiezingstijd. Volgens de 'second order elections' literatuur werd verwacht dat de nationale en Vlaamse politici bepalend waren in de Vlaamse mediaberichtgeving over de lokale verkiezingen van 2012. Het blijkt dat vooral nationale en Vlaamse politici met een lokale kandidatuur werden uitgenodigd in programma's die aandacht besteedden aan de lokale verkiezingen.

De rol die media spelen bij politieke ontwikkelingen en de verhouding tussen media, politiek en burgers zijn vaak terugkerende thema's binnen het domein van de politieke communicatie. Vooral in de literatuur over mediatisering van de politiek wordt ingegaan op de centrale rol van media in de politieke wereld en de samenleving als geheel. Hjarvard (2008: 113) omschrijft mediatisering als *'the process whereby society to an increasing degree is submitted to, or becomes dependent on, the media and their logic'*. Ook tijdens kiescampagnes zijn media steeds meer een onmisbare schakel als communicatie- en informatiekanaal tussen burgers en poli-

---

\* Lynn Epping (MSc) is doctoraatsstudente aan de Universiteit Antwerpen bij de onderzoeksgroep Media, Movements and Politics. Contact: Adres: Sint Jacobstraat 2 (LN.55.015), 2000 Antwerpen, België. Tel.: +32 (0)3 265 57 61. E-mail: lynn.epping@uantwerpen.be.

Debby Vos (MSc) is doctoraatsstudente aan de Universiteit Antwerpen bij de onderzoeksgroep Media, Movements and Politics. Contact: Adres: Sint Jacobstraat 2 (LN.55.015), 2000 Antwerpen, België. Tel.: +32 (0)3 265 57 57. E-mail: debby.vos@uantwerpen.be.

Julie De Smedt (MSc) is projectcoördinator van het Steunpunt Media bij de Universiteit Antwerpen. Contact: Adres: Sint Jacobstraat 2 (LN.55.013), 2000 Antwerpen, België. Tel.: +32 (0)3 265 57 60. E-mail: julie.desmedt@uantwerpen.be.

tieke actoren. Tegenwoordig zijn kiescampagnes sterk gemediatiseerde gebeurtenissen en zowel kiezers als politici zijn afhankelijk van de verslaggeving over de verkiezingen. Nieuwsmedia bieden het kiespubliek relevante politieke informatie met betrekking tot de verkiezingen en kandidaten gebruiken nieuwsmedia om hun beleidsvoorstellen te communiceren naar de kiezers (Strömbäck & Luengo, 2008). Aangezien media tijdens kiescampagnes van belang zijn en een invloed kunnen hebben op het stemgedrag van burgers, is het interessant om te onderzoeken hoe die media-aandacht over partijen en kandidaten verdeeld wordt. Onderzoek naar de inhoud en de rol van nieuwsmedia tijdens kiescampagnes is echter sterk gericht op nationale en presidentiële campagnes, met weinig aandacht voor berichtgeving over andere verkiezingen, zoals lokale of regionale verkiezingen (De Vreese, 2003; Gulati, Just & Crigler, 2004). Het feit dat onderzoek voornamelijk focust op nationale verkiezingen past binnen het concept van *'first order'*- en *'second order'*-verkiezingen. Nationale verkiezingen worden zowel door politici als door kiezers als belangrijker beschouwd dan lokale, regionale of Europese verkiezingen (Hix & Marsh, 2007). Verkiezingen op andere niveaus worden vaak aan het nationale niveau gekoppeld en worden daarom ondergeschikt aan de nationale verkiezingen, waardoor ze *'second order elections'* worden genoemd (Hix & Marsh, 2007).

In de context van *'second order'*-verkiezingen onderzoeken wij welke politici de media selecteerden naar aanleiding van de lokale verkiezingen van 2012. Met dit onderzoek wordt getracht inzicht te krijgen in welke factoren er van belang zijn in de berichtgeving over lokale verkiezingen. Specifiek wordt gericht op televisieberichtgeving van de lokale verkiezingen in Vlaanderen in 2012. Werden de verkiezingen in het Vlaamse televisienieuws gezien in perspectief van de aankomende federale verkiezingen van 2014? Of werd er bericht vanuit een duidelijke lokale focus? Met andere woorden: waren nationale en Vlaamse politieke kopstukken belangrijk, of was er in de media ook ruimte voor lokale kandidaten? Alle politieke actoren die zes weken voorafgaand aan de lokale verkiezingen van 14 oktober 2012 over de verkiezingen of verkiezingsthema's praatten in zeven nieuws-, duiding- en verkiezingsprogramma's op de publieke omroep VRT werden geanalyseerd. Alhoewel uit de analyse blijkt dat in de nieuwsberichtgeving tijdens de verkiezingsperiode ook het lokale politieke niveau een rol speelde, voerden het nationale en Vlaamse niveau overduidelijk de boventoon.

## Theorie en hypothesen

Verkiezingen markeren een cruciale periode in democratische samenlevingen. Tijdens verkiezingen worden vertegenwoordigers die de noden en belangen van de burgers moeten behartigen op democratische wijze gekozen. Als kiezers een goed geïnformeerde stemkeuze willen maken, is het belangrijk dat ze informatie kunnen inwinnen over de mogelijke politieke alternatieven. Het zijn de media die kiezers

voorzien van informatie over de belangrijkste problemen in de samenleving, de mogelijke oplossingen en de prominente actoren op het politieke kiestoneel (Ström-bäck, 2005). Kortom, media spelen een belangrijke rol tijdens verkiezingscampagnes. Het belang van media tijdens verkiezingen is zelfs nog toegenomen door de groeiende volatiliteit in westerse democratieën. Enerzijds hebben media zelf bijgedragen aan de stijging van het aantal zwevende kiezers, aan de andere kant spelen andere factoren zoals dalende partijtrouw, meer hoger opgeleide burgers en individualisering ook een rol (Walgrave, Lefevere & Hooghe, 2010).

Televisienieuwsprogramma's hebben de focus verlegd van partijen naar persoonlijkheden, waardoor burgers het voorkomen en het charisma van politici kunnen meenemen in hun stemkeuze voor een bepaalde partij (Smits & Spierings, 2012; Brants & Van Praag, 2011). Anderzijds heeft de volatiliteit ertoe geleid dat media een des te prominentere rol kunnen spelen als informatiebron wanneer kiezers hun stemkeuze maken, zowel tussen verkiezingsperiodes in als binnen eenzelfde verkiezingsperiode (Swanson & Mancini, 1996; Takens, 2013). Het hogere aandeel zwevende kiezers dat de definitieve stemkeuze uitstelt tot enkele dagen voor de verkiezingen zorgt ervoor dat de campagneperiode belangrijker is dan voorheen (McAllister, 2002). Door de late keuze van kiezers kunnen de laatste weken voor de verkiezingsdag cruciaal zijn voor het electorale succes of verlies van partijen en kandidaten.

Wetenschappers zijn het echter nog niet eens over het precieze effect van media op het stemgedrag van kiezers, maar wat België betreft blijkt uit onderzoek van Maddens, Wauters, Noppe en Fiers (2006) en van Van Aelst, Maddens en Noppe (2006) dat media-aandacht een duidelijk effect heeft gehad op het electorale succes van de kandidaten tijdens de nationale verkiezingen van 2003. Als media een invloed kunnen hebben op de stemkeuzes die burgers maken, is het cruciaal om na te gaan hoe die media berichten over de verkiezingen en welke selectiemechanismen ze hierbij hanteren. Terwijl het merendeel van onderzoek analyseert hoe media berichten over nationale verkiezingen (De Vreese, 2003; Gulati et al., 2004), focussen wij op nieuwsinhoud met betrekking tot lokale verkiezingen.

Lokale verkiezingen worden vaak '*second order elections*' genoemd. De belangrijkste politieke strijd in een land zijn nationale verkiezingen, waarbij het federale parlement gekozen en de federale regering samengesteld wordt; het politieke niveau waar dus de machtigste posities uitgedeeld worden. Alle andere verkiezingen, van lokale en regionale verkiezingen tot Europese verkiezingen, zijn van ondergeschikt belang en verlopen in de schaduw van de '*first order*'-verkiezingen (Hix & Marsh, 2007). Reif en Schmitt (1980) introduceerden het concept van '*second order elections*' oorspronkelijk om Europese verkiezingen te analyseren, maar hun concept is ook toepasbaar op lokale verkiezingen. Ze stelden dat '*second order*'-verkiezingen een lagere opkomst kennen, dat ze meer electorale kansen bieden voor kleine en nieuwe partijen en dat nationale regeringspartijen het slechter zullen doen. Er staat minder

op het spel waardoor kiezers minder bereid zijn om te stemmen en ook zullen kiezers op een andere manier stemmen dan bij nationale verkiezingen (Van der Eijk, Franklin & Marsh, 1996).

Toch staan *'first order'*- en *'second order'*-verkiezingen niet los van elkaar. Beide verkiezingen verlopen binnen hetzelfde partijsysteem en worden gestreden tussen dezelfde politieke partijen. De twee soorten verkiezingen zijn dus gerelateerd en de uitslag van *'second order'*-verkiezingen kan niet losgekoppeld worden van *'first order'*-verkiezingen in hetzelfde politieke systeem (Van der Eijk, Franklin & Marsh, 1996). Van der Eijk en Schmitt (2009) benadrukken dat het noodzakelijk is om de electorale cyclus in acht te nemen. Opeenvolgende verkiezingen in een land zijn niet onafhankelijk van elkaar. Ze maken deel uit van een voortdurend proces van electorale democratie dat bestaat uit gerelateerde verkiezingen op verschillende niveaus. Elke verkiezingsstrijd wordt gestreden op basis van de parameters van de vorige verkiezingen en bepaalt tegelijkertijd de setting voor de volgende verkiezing. Reif (1985: 8) stelt dat de politieke situatie van de *'first-order arena'* op het moment dat de *'second order'*-verkiezingen gehouden worden, bepalend kan zijn voor de stemkeuze van kiezers. Prominente thema's op het nationale niveau kunnen spelen bij het stemgedrag van kiezers tijdens Europese, regionale of lokale verkiezingen, waarbij kiezers hun beoordeling van de huidige politieke situatie kunnen communiceren naar de nationale regering. Miller (1988: 2) oppert dat dit zeker voor lokale verkiezingen geldt: *'[...] local government election results are a largely accidental by-product of central government's popularity at local election time. If local elections have a political message, it is assumed to be a message aimed at central government'*. Voorgaand onderzoek maakt dus duidelijk dat we lokale verkiezingen kunnen beschouwen als *'second order'*-verkiezingen: verkiezingen die ondergeschikt maar ook gerelateerd zijn aan de nationale verkiezingen (Hix & Marsh, 2007).

De lokale verkiezingen moeten binnen de context van deze electorale cyclus gezien worden, zoals Van der Eijk en Schmitt (2009) benadrukken. In België kunnen zowel de regionale (Vlaamse en Waalse regio) als de federale verkiezingen beschouwd worden als *'first order'*-verkiezingen, aangezien beide niveaus belangrijk zijn wat de bevoegdheden betreft. We nemen dan ook beide niveaus in overweging, aangezien de komende verkiezingen voor beide niveaus op dezelfde dag zullen plaatsvinden. In 2014 vindt namelijk de 'moeder van alle verkiezingen' plaats, waarbij er op één dag voor zowel het federale als het Vlaamse als het Europese parlement wordt gestemd. De lokale verkiezingen konden daarom al gekaderd worden naar het komende verkiezingsjaar. Dat blijkt ook uit citaten van politici die het belang van de uitslag van de lokale verkiezingen van 2012 voor de stembusgang in 2014 aangeven.

*'Het is de eerste keer dat de kiezer mag spreken sinds de vorming van de regering. Uiteraard hebben deze verkiezingen dan ook een nationale betekenis.'*

Bart De Wever – partijvoorzitter N-VA (Bron: *De Standaard* - 03/09/2012)

*‘Dit zijn gemengde verkiezingen, de kiezer heeft een stuk lokaal gestemd en een stuk nationaal gestemd.’*

Johan Vande Lanotte - vicepremier sp.a (Bron: *Gazet van Antwerpen* – 14/10/2012)

*‘Het is belangrijk om te kijken naar wat er overblijft. We hebben genoeg mensen om de partij klaar te stomen voor de verkiezingen in 2014.’*

Gerolf Annemans – partijvoorzitter Vlaams Belang (Bron: *De Standaard* – 14/10/2012)

Niet alleen politieke actoren hielden de federale en Vlaamse verkiezingen in het achterhoofd, ook bij de burgers speelde de *‘first order’* federale verkiezing een rol in hun stemgedrag. Dat blijkt uit recent onderzoek van Van Aelst, Lefevere en Thijssen (2012) naar het stemgedrag van de Antwerpse kiezer tijdens de lokale verkiezingen van 2012. Bij meer dan de helft van de respondenten hebben nationale motieven de stemkeuze beïnvloed: vijf procent gaf aan dat ze voornamelijk om nationale redenen gestemd hebben en 57 procent zei zich gebaseerd te hebben op zowel lokale als nationale motieven.

Indien zowel politici als kiezers de lokale verkiezingen van 2012 beschouwden als *‘second order’*-verkiezingen gelinkt aan de politieke ontwikkeling op federaal en Vlaams niveau, kunnen we ons afvragen of ook de media berichtten vanuit een overwegend federaal of Vlaams perspectief. Wij onderzoeken daarom welke politici de Vlaamse nieuwsmedia selecteerden als nieuwsbron in verkiezingsprogramma’s in de weken voorafgaand aan de lokale verkiezingen op 14 oktober 2012.

Hoewel media-aandacht voor partijen en politici evenwichtiger verdeeld is tijdens campagneperiodes dan daarbuiten (Van Aelst & De Swert, 2009), zijn er verschillen tussen de kandidaten wat de hoeveelheid media-aandacht betreft. Uit onderzoek naar medialogica is bekend dat nieuwswaarden en -routines ervoor zorgen dat bepaalde actoren meer aandacht krijgen dan anderen (Patterson, 2005). Tijdens campagnes vindt er dan ook een constante onderhandeling plaats tussen journalisten en kandidaten om controle te krijgen en te houden over de nieuwshoud (Gulati et al., 2004). De cruciale vraag is hierbij *‘[...] whether the media autonomously decide which candidate gets more attention than others, or whether they follow the hierarchy determined by the parties’* (Van Aelst et al., 2008: 195). Terwijl sommige wetenschappers ervan overtuigd zijn dat partijen en kandidaten nog steeds de centrale figuren zijn tijdens campagnes en de media daarover berichten (e.g. Dalton, Beck, Huckfeldt & Koetzle, 1998; Norris, Curtice, Sanders, Scammell & Semetko, 1999), beweren anderen dat *‘the media do not cover the campaign, they are the campaign’* (Harrop, 1987: 46).

Dit onderscheid sluit aan bij twee benaderingen waarmee selectiemechanismen van de media tijdens verkiezingen vaak uitgelegd worden: een *'sacerdotal'* versus een *'pragmatic'* houding van media ten opzichte van politiek. Bij een *'sacerdotal'* visie worden verkiezingen beschouwd als het fundament van de democratie en dus inherent nieuwswaardig. Journalisten en redacteurs houden voornamelijk vast aan de agenda van partijen en berichten op een voorzichtige en respectvolle manier. Ze zijn dus *'agenda senders'*: ze berichten over de onderwerpen en kandidaten die de partijen zelf aanreiken en volgen dus de partijhiërarchie. Bij een *'pragmatic'* benadering daarentegen worden verkiezingen niet automatisch als nieuwswaardig gezien, maar worden ze aan de hand van de geldende nieuwswaarden vergeleken met andere gebeurtenissen. Nieuwsredacties kiezen in functie van wat het publiek wil of ze al dan niet campagnenieuws brengen en welk campagnenieuws. Ze zijn dan eerder *'agenda setters'* (Semetko et al., 1991; De Vreese, 2003).

Bij de eerste benadering overheerst de *'political logic'* waarbij media zich voornamelijk laten leiden door politieke actoren, die ze beschouwen als initiatiefnemers voor politiek nieuws. Bij de tweede benadering speelt *'media logic'* een prominente rol: de politieke berichtgeving wordt meer en meer bepaald door nieuwswaarden en -routines en de relevantie van het nieuws voor het publiek (Van Aelst et al., 2008). Met de groeiende mediacompetitie zien we een verschuiving van politieke naar medialogica waarbij de media beslissen wie en wat politiek relevant is. Dit geldt zowel voor publieke als voor commerciële omroepen, wat volgens onderzoekers leidt tot een convergentie tussen beide mediaorganisaties wat betreft nieuwsinhoud (Hopmann, De Vreese & Albæk, 2011).

Voor de berichtgeving over de lokale verkiezingen verwachten we dus dat de publieke omroep zich eerder als *'agenda setter'* zal gedragen, waarbij ze vanuit een medialogica selecteren wat relevant en interessant is voor de kijkers. Aangezien lokale verkiezingen als *'second order'*, dus politiek minder gewichtige, verkiezingen beschouwd kunnen worden en Belgische kiezers ook aangeven rekening te hebben gehouden met de nationale politiek (Van Aelst et al., 2012) voorspellen we dat de publieke omroep nieuwsbronnen geselecteerd heeft op basis van de nationale politieke arena in plaats van zich te laten leiden door wat lokale kandidaten zonder federaal mandaat zelf op de agenda proberen te plaatsen. Kortom, we verwachten dat de kandidaten die zich op het federaal niveau inlaten met beleid prominenter aanwezig zullen zijn in de media.

*H1: Een groter aantal uitzendingen besteedt aandacht aan kandidaten voor de lokale verkiezing met een Vlaams of federaal mandaat dan aan kandidaten voor de lokale verkiezingen zonder Vlaams of federaal mandaat.*

*H2: Media zullen kandidaten voor de lokale verkiezing met een Vlaams of federaal mandaat vaker meermaals uitnodigen dan kandidaten voor de lokale verkiezingen zonder een Vlaams of federaal mandaat.*

*H3: Een groter aandeel van de spreektijd gaat naar kandidaten voor de lokale verkiezing met een federaal of Vlaams mandaat dan naar kandidaten voor de lokale verkiezing zonder federaal of Vlaams mandaat.*

## Data en methoden

### ***Dataverzameling en selectie uitzendingen***

In totaal werden zeven nieuws-, duiding- en verkiezingsprogramma's van de Vlaamse publieke omroep VRT geanalyseerd. De VRT heeft de meeste verkiezingsprogramma's gebracht en als publieke omroep heeft ze de uitdrukkelijke maatschappelijke opdracht om de kiezer te informeren. Zo vermeldt de VRT op haar website ([www.vrt.be](http://www.vrt.be)):

*'Nieuws en informatie is de kernopdracht van de publieke omroep. De VRT zorgt voor onafhankelijke, onpartijdige en toegankelijke berichtgeving die de bevolking snel en nauwkeurig informeert.'*

De zeven programma's die gecodeerd werden, zijn *Het Journaal* van 19 uur, *Terzake*, *Reyers Laat*, *De Zevende Dag*, *Villa Vanthilt*, *Niet Tevreden Stem Terug* en *De Laatste Ronde*. Van de geanalyseerde programma's zijn sommige programma's het hele jaar te zien (bijv. *Het Journaal*) en andere enkel voor de verkiezingen (bijv. *Niet Tevreden Stem Terug*). De laatstgenoemde programma's zijn in dit geval dan ook gericht op lokale verkiezingen. De onderzoeksperiode loopt van 1 september tot en met 13 oktober, de periode van zes weken voor de verkiezingsdag. In de literatuur wordt dit ook wel de *'short campaign period'* genoemd (Norris et al., 1999). Voor deze programma's werden de politici die aan bod kwamen met betrekking tot de lokale verkiezingen gecodeerd. De mandaten die politici bekleeden zijn afkomstig van de websites van De Kamer en het Vlaams Parlement.

### ***Codering***

Van alle uitzendingen van de zeven programma's werden die delen van de programma's gecodeerd waarin expliciet werd verwezen naar de gemeenteraadsverkiezingen én waar minstens één politicus of kandidaat-politicus aan het woord kwam. Van sommige programma's werd dus maar een fractie gecodeerd (bijv. de nieuwsprogramma's) terwijl andere programma's zo goed als integraal gecodeerd werden (bijv. de verkiezingsprogramma's). Vragen waarbij gecodeerd werd zijn bijvoorbeeld:

*'Vorige verkiezingen had u nog iets van 33% van de stemmen. Nu gaat het tussen Bart De Wever en Patrick Janssens en staat u op 13%. Dat moet toch verschrikkelijk prikken?' (Vraag aan Filip Dewinter, Vlaams parlements lid voor Vlaams Belang, *Reyers Laat*, 8/10/12)*

*‘Alles om de energieprijzen naar beneden te halen is goed. Maar kan een gemeente daar een rol in spelen, om een eigen energiebeleid te voeren?’ (Vraag aan Jean-Jacques De Gucht, Vlaams parlementslid voor de Open VLD, *De Zevende Dag*, 9/9/12)*

*‘Eigenlijk zit de CD&V hier met een luxeprobleem. Er zijn hier eigenlijk twee mannen die graag burgemeester willen worden. Zorgt dat binnen de partij niet een beetje voor spanningen?’ (Vraag aan Stefaan De Clerck, Kamerlid voor CD&V in het federaal parlement, *Niet Tevreden Stem Terug*, 27/9/2012)*

Onder andere de naam, spreektijd en partij van de politici die aan bod kwamen, werden gecodeerd. In totaal werden 118 uitzendingen gecodeerd. De codeurs overlaptten in codering in 82,1 procent van de gevallen. Het verschil in deze codering is vooral te wijten aan het meetellen van politici die al aan tafel zaten bij een programma en niet betrokken waren bij de discussie over de lokale politiek, maar achteraf om hun mening werden gevraagd. De ene codeur heeft dit meegeteld en de andere niet. Uiteindelijk zijn de analyses op basis van de huidige betrouwbaarheid uitgevoerd omdat er weinig verschil was in de spreektijd tussen de politici.

### **Analyse**

In de analyse zijn enkel de partijen meegenomen die ook op Vlaams of federaal vlak meedongen naar zetels, om de vergelijkbaarheid tussen het lokale enerzijds en het nationale en regionale niveau anderzijds te behouden. De partij in kwestie hoefde dus geen zetels te hebben in het Vlaamse of federale parlement, maar moest hier wel voor verkiesbaar zijn. Met deze restrictie werden in totaal acht partijen (CD&V, Groen, LDD, N-VA, Open VLD, PVDA, sp.a en Vlaams Belang) en 143 politici onderzocht. Door deze restrictie werden dertien personen (vijftien media-optredens) uit de analyse verwijderd. Dit waren kandidaten op kartellijsten (meerdere partijen die gezamenlijk opkomen voor de verkiezingen), bekende Vlamingen of bekende politici die uit een landelijke partij waren gestapt.

### **Resultaten**

Tabel 1 geeft eerst enkele beschrijvende cijfers om de resultaten beter te kunnen plaatsen. Het betreft een overzicht van alle personen die media-aandacht hebben gekregen in aanloop naar de verkiezingen, ingedeeld naar de functie die zij op dat moment bekleedden. De media hebben 62 politici geselecteerd die een mandaat op Vlaams of federaal niveau bekleedden (soms van partijvoorzitters, ministers en parlementsliden). Van hen waren er 55 kandidaat voor de lokale verkiezingen. Het merendeel van de door de media geselecteerde (kandidaat-)politici bekleedde dus geen nationaal of Vlaams mandaat (55,2%). Bovendien ging het overgrote deel van de aandacht naar politici die kandidaat waren voor de lokale verkiezingen (93,7%).



TABEL 1: Media-aandacht voor (kandidaat-)politici gemeten in aantal personen opgedeeld naar functie.

Functie	Aantal personen met deze functie	% van het aantal politici/kandidaat-politici in het nieuws
<b>Partijvoorzitter</b>	<b>8</b>	<b>5,6%</b>
Enkel partijvoorzitter	1	0,7%
Partijvoorzitter en kandidaat	2	1,4%
Partijvoorzitter en minister	0	0,0%
Partijvoorzitter en minister en kandidaat	1	0,7%
Partijvoorzitter en parlementslid	1	0,7%
Partijvoorzitter en parlementslid en kandidaat	3	2,1%
<b>Minister</b>	<b>12</b>	<b>8,4%</b>
Enkel minister	1	0,7%
Minister en kandidaat	11	7,7%
<b>Parlementslid</b>	<b>42</b>	<b>29,4%</b>
Enkel parlementslid	4	2,8%
Parlementslid en kandidaat	38	26,6%
<b>Niet-kandidaat zonder first order functie</b>	<b>2</b>	<b>1,4%</b>
<b>Kandidaat</b>	<b>79</b>	<b>55,2%</b>
<b>Totaal</b>	<b>143</b>	<b>100%</b>
Waarvan kandidaat	134	93,7%
Waarvan geen kandidaat	9	6,3%
Waarvan kandidaat met een first order mandaat	55	38,5%
Waarvan kandidaat zonder een first order mandaat	79	55,2%

Qua selectie van personen lag er dus een grote focus op kandidaten voor de lokale verkiezingen.

Echter, wanneer de media-aandacht wordt geanalyseerd op basis van het aantal media-optredens verschijnt er een ander beeld. Uit de analyse weergegeven in tabel 2 blijkt dat Vlaamse en federale mandatarissen die kandidaat waren voor de lokale verkiezingen in meer uitzendingen naar voren kwamen (58%) dan kandidaten zonder *first order*-mandaat (38%). Hiermee kan hypothese 1, waarin werd gesteld dat nationale en Vlaamse politici met een lokale kandidatuur meer media-aandacht krijgen dan lokale kandidaten zonder een nationaal of Vlaams mandaat, worden bevestigd.

Hypothese 2 stelde dat de media-aandacht voor lokale kandidaten met een nationaal of Vlaams mandaat groter is wanneer het aantal media-optredens van politici in acht wordt genomen. Uit de resultaten van tabel 2 valt op te maken dat kandidaten vaker dan niet-kandidaten mogen terugkeren en dat kandidaten die ook een mandaat bekleden op het nationale of Vlaamse niveau worden verkozen boven personen die enkel lokaal kandidaat zijn. Van de lokale kandidaten zonder dubbelmandaat (79) werden er zeventien meerdere keren uitgenodigd, goed voor 52 media-optredens. Van de kandidaten met een dubbelmandaat (55) mochten 33 personen nog eens ten tonele verschijnen, wat een totaal van 151 media-optredens opleverde, oftewel de helft van alle media-optredens. Op basis van deze resultaten kan hypothese 2 worden bevestigd.

Het aantal media-optredens voor lokale kandidaten met een nationaal of Vlaams mandaat is hoger dan het aantal media-optredens voor politici of kandidaten zonder een dergelijk mandaat. Hetzelfde geldt voor de spreektijd voor (kandidaat-)politici. De meeste spreektijd is gereserveerd voor kandidaten voor de lokale verkiezingen (97,5%) en het merendeel van deze spreektijd is gereserveerd voor kandidaten die al een Vlaams of nationaal mandaat bekleedden (64,0%). Aangezien Vlaamse en federale mandatarissen meer media-aandacht kregen kan hypothese 3, waarin werd gesteld dat lokale kandidaten met een nationaal of Vlaams mandaat meer spreektijd krijgen dan lokale politici zonder een dergelijk mandaat, worden aangenomen.

### **Conclusie & discussie**

In dit onderzoek is de media-aandacht voor politici en kandidaten met betrekking tot lokale verkiezingen in Vlaanderen belicht. Dit onderzoek richtte zich op de aard van de aandacht voor (kandidaat-)politici van de media tijdens een verkiezingsperiode, een periode waarin media afwijken van hun normale nieuwsroutines (Van Aelst & De Swert, 2009). Het blijkt dat, zoals verwacht, de meeste media-aandacht uitgaat naar de kandidaat-politici voor de lokale verkiezingen met een federaal of Vlaams mandaat. De media geven hen de meeste media-optredens, laten hen vaker terugkeren en geven hen de meeste spreektijd. Anders gezegd de lokale verkiezingen zijn een aanleiding voor politieke berichtgeving op televisie, maar het zijn de nationale en Vlaamse politici die deze verslaggeving domineren. Lokale politiek lijkt voor Vlaamse media vooral interessant wanneer er een nationaal element aan verbonden is. Deze uitspraak moet echter wel genuanceerd worden, aangezien we de lokale kandidaten die niet bij een federale of Vlaamse partij waren aangesloten uitsluiten in het onderzoek. Echter, zelfs deze uitgesloten actoren bleken specifieke kenmerken te hebben waarmee ze bekend of belangrijk waren voor het federale dan wel Vlaamse politieke spectrum

TABEL 2: Media-aandacht voor (kandidaat-)politici gemeten in hoeveelheid media-optredens opgedeeld naar functie.

Funcie	Aantal media-optredens	% van aantal media-optredens	Aantal personen met meer dan 1 media-optreden	Aantal media-optredens van politici die vaker dan eenmaal een uitzending bezochten
<b>Partijvoorzitter</b>	51	17,0%	8	51
Partijvoorzitter en kandidaat	16	5,3%	3	16
Partijvoorzitter en minister en kandidaat	5	1,7%	1	5
Partijvoorzitter en parlementslid	5	1,7%	1	5
Partijvoorzitter en parlementslid en kandidaat	25	8,3%	3	25
<b>Minister</b>	24	8,0%	5	17
Enkel minister	1	0,3%	0	
Minister en kandidaat	23	7,7%	5	17
<b>Parlementslid</b>	109	36,3%	21	88
Enkel parlementslid	4	1,3%	0	
Parlementslid en kandidaat	105	35,0%	21	88
<b>Niet-kandidaat zonder first order functie</b>	2	0,7%	0	
<b>Kandidaat</b>	114	38,0%	17	52
<b>Totaal</b>	300	100%	51	208
Waarvan kandidaat	288	96,0%	50	203
Waarvan geen kandidaat	12	4,0%	1	5
Waarvan kandidaat met een first order mandaat	174	58,0%	33	151
Waarvan kandidaat zonder een first order mandaat	114	38,0%	17	52

De resultaten komen overeen met het idee dat lokale verkiezingen als 'second order elections' worden gezien en het federale en/of Vlaamse politieke klimaat meespeelt in lokale verkiezingen, zoals Van der Eijk en Schmit (2009), en Hix en Marsh (2007) stelden. De vertaling naar het federale en Vlaamse niveau is dus interessant voor de media en kan een verklaring zijn waarom federale en Vlaamse mandatarissen meer kans hebben om vaker aan bod te komen dan kandidaten die geen fede-

TABEL 3: *Media-aandacht voor (kandidaat-)politici gemeten in de hoeveelheid spreektijd opgedeeld naar functie.*

Functie	Hoeveelheid spreek- tijd (sec)	Hoeveelheid spreek- tijd (min)	%aandeel in spreek- tijd
<b>Partijvoorzitter</b>	<b>8802</b>	<b>147</b>	<b>15,3%</b>
Partijvoorzitter en kandidaat	3197	53	5,6%
Partijvoorzitter en minister en kandidaat	848	14	1,5%
Partijvoorzitter en parlementslid	492	8	0,9%
Partijvoorzitter en parlementslid en kandidaat	4265	71	7,4%
<b>Minister</b>	<b>4435</b>	<b>74</b>	<b>7,7%</b>
Enkel minister	260	4	0,5%
Minister en kandidaat	4175	70	7,3%
<b>Parlementslid</b>	<b>24720</b>	<b>412</b>	<b>43,0%</b>
Enkel parlementslid	410	7	0,7%
Parlementslid en kandidaat	24310	405	42,3%
<b>Niet-kandidaat zonder first order functie</b>	<b>254</b>	<b>4</b>	<b>0,4%</b>
<b>Kandidaat</b>	<b>19254</b>	<b>321</b>	<b>33,5%</b>
<b>Totaal</b>	<b>57465</b>	<b>958</b>	
Waarvan kandidaat	56049	934	97,5%
Waarvan geen kandidaat	1416	340	2,5%
Waarvan kandidaat met een first order mandaat	36795	613	64,0%
Waarvan kandidaat zonder een first order mandaat	19254	321	33,5%

raal of Vlaams mandaat hebben. Bovendien komt de uitkomst overeen met de centraliteitshypothese van medialegitimiteit; personen die zich dichterbij het nationale symbolische centrum bevinden worden vaker uitgenodigd door de media (Sheafer, 2001).

Al met al kunnen we stellen dat de berichtgeving voor verkiezingen uit een combinatie van een *'sacredotal'* en *'pragmatic'* benadering is voortgekomen. *'Sacredotal'* omdat de verkiezingen op zichzelf als nieuwswaardige gebeurtenis werden beschouwd en *'pragmatic'* omdat voor een groot deel de medialogica werd gevolgd: actoren die in het nieuws kwamen waren vooral afgevaardigden van het federaal of

Vlaams parlement en de relevantie voor het publiek werd in acht genomen door federale politici met een lokale kandidatuur ten tonele te vragen. Dit zijn herkenbare politici voor de kijkers alsook politici waarop ze kunnen stemmen (Semetko e.a., 1991; Van Aelst e.a., 2008). De media hebben bovendien ook vragen gesteld die niet altijd gunstig waren voor de partij, zoals blijkt uit de vragen die eerder in dit artikel werden vermeld. Er is dus geen sprake van een eenduidige benadering, maar er is voor gekozen om over de verkiezingen te berichten met de mensen en de onderwerpen die de media graag naar voren brachten, mede vanwege de relevantie voor het bredere publiek.

Het merendeel van de aandacht is gericht op politici met een Vlaams dan wel federaal mandaat, maar daarbinnen gaat de meeste aandacht naar mandatarissen op federaal en Vlaams niveau die ook verkiesbaar zijn voor de lokale verkiezingen. Het lokale wordt dus niet volledig uit het oog verloren. Lokale verkiezingen zijn daarom toch minder ‘second order’ dan gedacht, zoals ook Heath et al. (1999: 391) stellen: ‘*If the elections to the European parliament are regarded as second-order, then we might think of elections to local councils as “one and three quarters order”.*’ Ook de publieke opdracht van de VRT, waarnaar eerder al verwezen werd, biedt een verklaring voor de lokale focus tijdens de campagne. De publieke omroep heeft immers de taak om onafhankelijk, onpartijdig en toegankelijk bericht te geven. In dat licht is de keuze voor het interpreteren van lokale verkiezingen naar het nationale niveau te begrijpen. Al met al zou men kunnen stellen dat de VRT in de selectie van kandidaten naar een balans heeft gezocht tussen het nationale en lokale niveau. Dit blijkt ook uit het commentaar van de algemeen hoofdredacteur van de VRT, Luc Raedemakers:

*‘Verkiezingen zijn voor een openbare omroep een topmoment. De nieuwsdienst wil dan meer dan ooit maximaal voeling hebben met de bezorgdheden en de vragen die in alle gemeenten en steden leven. Dat is heel goed gelukt, mede dankzij de ruimte die werd vrijgemaakt op radio, tv en online.’* (Luc Raedemakers – *Het Laatste Nieuws*, 15/10/12).

Voorliggende studie was beperkt tot de Vlaamse publieke omroep. Er zijn echter belangrijke redenen waarom de publieke omroep ertoe doet in deze kwestie en waarom de bevindingen waarschijnlijk breder te generaliseren zijn naar commerciële en lokale zenders. Zo heeft de Vlaamse publieke omroep een breed kijkerspubliek en presenteren ze het nieuws en de belangrijkste gebeurtenissen in Vlaanderen. Om een idee te geven: op de verkiezingsdag keken er 801.000 mensen naar de berichtgeving over de verkiezingen van de VRT (ongeveer 16,7% van het electoraat). De commerciële omroep VTM haalde met ruim 350.000 kijkers nog niet de helft van dit aantal. De commerciële en publieke media lijken wel steeds meer op elkaar in de nieuwshoud die zij brengen (Hopmann, De Vreese & Albaek, 2011). Daardoor is er een grote kans dat de media-aandacht van de publieke en de commerciële omroep voor bepaalde politici tijdens de aanloop naar de verkiezingen

ongeveer dezelfde trends laat zien. Wat betreft de lokale media, kunnen deze uiteraard meer ingaan op de lokale situatie en meer aandacht aan lokale (kandidaat-)politici besteden. Echter, uit het onderzoek van Fogarty (2012) blijkt dat ook lokale kranten vooral nationale bronnen gebruiken, ook wanneer ze lokale afgevaardigden zouden kunnen gebruiken. De kans is dus groot dat ook lokale media een groter aandeel van hun aandacht aan politici met een Vlaams of federaal mandaat zullen geven. Daarnaast lijken mensen steeds meer op de Vlaamse media te moeten bouwen voor hun (lokale) nieuwsgaring, aangezien de consumptie voor lokale media sterker terugloopt dan de consumptie van Vlaamse media ([www.demorgen.be](http://www.demorgen.be)). Al met al kunnen we dus voorzichtig stellen dat de verdeling van de media-aandacht over politici van de VRT een goede indicatie is van wat het brede publiek in de media te zien krijgt in de campagne.

In dit onderzoek zijn ook bepaalde interessante aspecten onbelicht gebleven. Zo is er alleen onderzoek gedaan naar de verdeling van de hoeveelheid media-aandacht over (kandidaat-)politici die in het nieuws zijn gekomen en niet naar de selectie uit de volledige populatie (kandidaat-)politici. Hierdoor hebben we geen zicht op het aandeel media-aandacht voor lokale kandidaat-politici ten opzichte van de aandacht voor alle politici. Ten tweede kwamen er gedurende de onderzochte periode politici in de media aan bod over berichtgeving zonder verwijzing naar de lokale verkiezingen. De media-aandacht voor politici die in deze categorie vielen, is niet meegenomen in de analyse. Er wordt met dit onderzoek dus geen volledig beeld gegeven van de media-aandacht voor alle politici die gedurende de periode van 1 september tot en met 13 oktober 2012 zendtijd kregen op de publieke omroep. Vervolgonderzoek zou zich kunnen richten op een vollediger beeld van de media-aandacht voor politici in meerdere media. Ook kunnen commerciële omroepen, kranten en radio-uitzendingen worden meegenomen en kan ook worden gekeken naar nieuws dat zich niet richtte op de lokale verkiezingen. Ten slotte zou een vergelijkbare studie in landen met een gelijkaardige politieke context de gevonden resultaten in een breder kader kunnen plaatsen.

## Literatuur

- Adam, S. & Maier, M. (2010). Personalization of Politics: A Critical Review and Agenda for Research. In C.T. Salmon (ed.), *Communication Yearbook* (pp. 213-258). New York: Routledge.
- Annemans .(2012, 14 oktober). Het is belangrijk om te kijken naar wat er overblijft. We hebben genoeg mensen om de partij klaar te stomen voor de verkiezingen in 2014.*De Standaard*. Opgehaald van [http://www.standaard.be/cnt/dmf20121014\\_214](http://www.standaard.be/cnt/dmf20121014_214).
- Brants, K. & Van Praag, P. (2006). Signs of media logic: half a century of political communication in the Netherlands. *Javnost-The Public*, 13(1), 25-40.
- Dalton, R.J., Beck, P., Huckfeldt, R. & Koetzle, W. (1998). A Test of the Media-Centered Agenda-Setting: Newspaper Content and Public Interests in a Presidential Election. *Political Communication*, 15(4), 463-481.
- De Kamer (z.d.), verkregen op 28 juli 2013, van [http://www.dekamer.be/kvvcrt/showpage.cfm?section=/depute&language=nl&rightmenu=right\\_depute&cfm=/site/wwwcfm/depute/cvlist.cfm](http://www.dekamer.be/kvvcrt/showpage.cfm?section=/depute&language=nl&rightmenu=right_depute&cfm=/site/wwwcfm/depute/cvlist.cfm).

- De Morgen (2013, 1 februari). Kranten steeds sterker online, steeds zwakker op papier. *De Morgen*. Opgehaald van <http://www.demorgen.be/dm/nl/984/cultuur-media/article/detail/1572325/2013/02/01/Kranten-steeds-sterker-online-steeds-zwakker-op-papier.dhtml>.
- De Wever (2012, 3 september). Uiteraard hebben verkiezingen ook nationale betekenis. *De Standaard*. Opgehaald van [http://www.standaard.be/cnt/dmf20120903\\_173](http://www.standaard.be/cnt/dmf20120903_173).
- Deschouwer, K. (2009). *The politics of Belgium: Governing a Divided Society*, London: Palgrave MacMillan.
- Eijk, C. van der, Franklin, M. & Marsh, M. (1996). What voters teach us about Europe-wide elections: what Europe-wide elections teach us about voters. *Electoral Studies*, 15(2), 149-166.
- Eijk, C. van der & Schmitt, H. (2009). Multi-Level Electoral Systems of the European Union: Elaborating Existing Approaches and Defining the Research Agenda for the Future. In C. van der Eijk & H. Schmitt (eds.), *The Multilevel Electoral System of the EU* (pp. 1-20). Mannheim, Germany: CON-NEX.
- Fogarty, B.J. (2012). Local newspapers, House members, and source usage. *The Social Science Journal*, doi:10.1016/j.soscij.2011.03.001.
- Gulati, G.J., Just, M.R. & Crigler, A.N. (2004). News coverage of political campaigns. In L.L. Kaid (ed.), *Handbook of political communication research* (pp. 237-256). London: Erlbaum.
- Harrop, M. (1987). Voters. In J. Seaton & B. Pimlott (eds.), *The Media in British Politics* (pp. 45-63). Aldershot: Dartmouth.
- Heath, A., McLean, I., Taylor, B. & Curtice, J. (1999). Between First and Second Order: a Comparison of Voting Behaviour in European and Local Elections in Britain'. *European Journal of Political Research*, 35(3), 389-414.
- Hjarvard, S. (2008). The Mediatization of Society. A Theory of the Media as Agents of Social and Cultural Change, *Nordicom Review*, 29(2), 105-134.
- Hix, S. & Marsh, M. (2007). Punishment or Protest? Understanding European Parliament Elections. *The Journal of Politics*, 69(2), 485-510.
- Hopmann, D., De Vreese, C. & Albæk, E. (2011). Incumbency bonus in election news coverage explained: the logics of political power and the media market. *Journal of Communication*, 61(2), 264-282.
- Iyengar, S. & Simon, A. (1993) News Coverage of the Gulf Crisis and Public Opinion: A Study of Agenda-Setting, Priming, and Framing, *Communication Research*, 20, 365-383.
- Maddens, B., Wauters, B., Noppe, J. & Fiers, F. (2006). Effects of Campaign Spending in an Open List PR-System: The 2003 Legislative Elections in Flanders/Belgium. *West-European Politics*, 29(1), 161-168.
- McAllister, I. (2002). Calculating or capricious? The new politics of late deciding voters. In D. Farrell & R. Schmitt-Beck (eds.), *Do political campaigns matter?* (pp. 22-40). London: Routledge.
- McCombs, M.E. & Shaw, D.L. (1972). The Agenda-Setting Function of Mass Media, *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187.
- Miller, W.L. (1988). *Irrelevant Elections? The Quality of Local Democracy in Britain*. Oxford: Clarendon Press.
- Midtbø, T. (2011). Explaining media attention for Norwegian MPs: a new modelling approach. *Scandinavian Political Studies*, 34(3), 226-249.
- Norris, P., Curtice, J., Sanders, D., Scammell, M. & Semetko, H.A. (1999). *On Message: Communicating the Campaign*. London: Sage.
- Patterson, T.E. (2005). Of Polls, Mountains. *Public Opinion Quarterly*, 69(5), 716-724.
- Rademakers, L. (2012, 15 oktober). Verkiezingen zijn voor een openbare omroep een topmoment. De nieuwsdienst wil dan meer dan ooit maximaal voeling hebben met de bezorgdheden en de vragen die in alle gemeenten en steden leven. Dat is heel goed gelukt, mede dankzij de ruimte die werd vrijgemaakt op radio, tv en online. *Het Laatste Nieuws*. Opgehaald van <http://www.hln.be/hln/nl/957/Binnenland/article/detail/1517667/2012/10/15/Termont-populairst-op-een-De-Wever-op-Vtm.dhtml>.
- Reif, K. (1985). National electoral cycles and European elections 1979 and 1984. *Electoral Studies*, 3(3), 244-255.
- Reif, K. & Schmitt, H. (1980). Nine Second-Order National Elections: A Conceptual Framework for the Analysis of European Election Results. *European Journal of Political Research*, 8(1), 3-45.

- Semetko, H.A., Blumler, J.G., Gurevitch, M. & Weaver, D.H. (1991). *The Formation of Campaign Agendas: a comparative analysis of party and media role in recent American and British elections*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Schoenbach, K., De Ridder, J. & Lauf, E. (2001). Politicians on TV news: getting attention in Dutch and German election campaigns. *European Journal of Political Research*, 39(4), 519-531.
- Sheafer, T. (2001). Charismatic skill and media legitimacy. An actor-centered approach to understanding the political communication competition. *Communication Research*, 28(6), 711-736.
- Smits, F. & Spiering, N. (2012). Sociale integratie en het kijken naar nieuwsprogramma's als determinanten voor het wisselen van politieke partijkeuze in de periode 1994-2006. *Mens & maatschappij*, 87(2), 150-173.
- Strömbäck, J. (2005). In Search of a Standard: Four Models of Democracy and Their Normative Implications for Journalism. *Journalism Studies*, 6(3), 331-345.
- Strömbäck, J. & Luengo, O.J. (2008). Polarized pluralist and democratic corporatist models: A Comparison of Election News Coverage in Spain and Sweden. *The International Communication Gazette*, 70(6), 547-562.
- Swanson, D.L. & Mancini, P. (1996). *Politics, media and modern democracy*. New York: Praeger.
- Takens, J.H. (2013). *Media Logic and Electoral Democracy*. Amsterdam: Vrije Universiteit Amsterdam.
- Tresch, A. (2009). Politicians in the media: determinants of legislators' presence and prominence in Swiss newspapers. *The International Journal of Press/Politics*, 14(1), 67-90.
- Van Aelst, P. & De Swert, K. (2009). Politics in the news: do campaigns matter? A comparison of political news during election periods and routine periods in Flanders (Belgium). *Communications*, 34(2), 149-168.
- Van Aelst, P., Thijssen, P., Lefevere, J. & Lesschaeve, C. (2013). Onderzoeksnota deel 2: Een terugblik op de Antwerpse lokale verkiezingen van 2012. Geraadpleegd via <http://www.m2p.be/publications/1356087307.pdf>.
- Van Aelst, P., Maddens, B. & Noppe, J. (2006). Van de studio naar de Kamer? Over de relatie tussen media en voorkeurstemmen tijdens de verkiezingen van 2003. In S. Fiers & H. Reynaert (eds.), *Wie zetelt? De gekozen politieke elite in Vlaanderen doorgelicht* (pp. 163-176). Heverlee: Lannoo.
- Van Aelst, P., Maddens, B., Noppe, J. & Fiers, S. (2008). Politicians in the news: media or party logic? Media attention and electoral success in the Belgian election campaign of 2003. *European Journal of Communication*, 23(2), 193-210.
- Vande Lanotte (2012, 14 oktober). De mensen hebben ook nationaal gestemd. *Gazet van Antwerpen*. Opgehaald van <http://www.gva.be/nieuws/verkiezingen2012/aid1260007/vande-lanotte-de-mensen-hebben-ook-nationaal-gestemd.aspx>.
- Vreese, C.H. de (2003). Television reporting of second-order elections. *Journalism Studies*, 4(2), 183-198.
- VRT (z.d). Geraadpleegd op 22 juli 2013 van <http://www.vrt.be/faq/op-welke-manier-besteedt-de-vrt-aandacht-aan-nieuws-en-informatie>.
- Vos, D. (2012). Is gender bias een mythe? Op zoek naar verklaringen voor de beperkte aanwezigheid van vrouwelijke politici in het Vlaamse televisienieuws. *Res Publica* 54(2), 193-217.
- Vlaams parlement (z.d.) verkregen op 23 juli 2013, van <http://www.vlaamsparlement.be/vp/vlaamse-volksvertegenwoordigers/index.html>.
- Vlaanderenkiest.be (2012) verkregen op 21 augustus 2013, van <http://www.vlaanderenkiest.be/sites/default/files/Resultatenverwerking-Opkomst.pdf>.
- Walgrave, S., Lefevere, J. & Hooghe, M. (2010). Volatiel of wispelturig? Hoeveel en welke kiezers veranderden van stemvoorkeur tijdens de campagne? In K. Deschouwer, P. Delwit, M. Hooghe & S. Walgrave (eds.), *De stemmen van het volk: een analyse van het kiesgedrag in Vlaanderen en Wallonië op 7 juni 2009* (pp. 29-50). Brussel: Vubpress.