



**Masterproef**  
**Politieke Communicatie**

**Europa in de krant, vandaag en gisteren**

**De evolutie van de EU-berichterijking in twee Vlaamse kranten  
tussen 2003 en 2017**

Vicky De Backer



**Promotor: Prof. Dr. Peter Bursens**

**Verslaggever: Prof. Dr. Christ'I De Landtsheer**

Master Politieke Communicatie ([www.politiekecommunicatie.be](http://www.politiekecommunicatie.be))

Rolnummer student(e): 20122348

Faculteit Politieke en Sociale Wetenschappen

Academiejaar 2017-2018

## ABSTRACT EN KEYWORDS

### Abstract:

This master's thesis investigates how newspaper reporting about the European Union evolved from 2003 until 2017 in two Flemish newspapers by means of content analysis. To check for differences between types of newspapers, 465 EU-articles were selected from quality newspaper *De Standaard* and popular newspaper *Het Nieuwsblad*. The main results are the following: the two newspapers reported relatively little about the EU, but the amount of news articles about the EU did rise starting from 2012. The tone of the reporting was predominantly neutral. A definitive rise in negative reporting could not be observed. On the other hand, the general trend of personalization of political news also holds for the Flemish EU-news. Different themes also dominated the news reporting at different (critical) moments in time. Moreover, Flemish EU-reports have been written from a European perspective much more than has previously been stated. Contrary to common thought, the national perspective on EU-matters was not always the main outlook. Additionally, this research confirmed all differences between quality and popular newspapers that were found by previous research for EU-news as well. The findings are discussed in light of the 'European public sphere' and the effects of news reporting on the opinions of citizens about the EU. As a result, this master's thesis adds a piece to the puzzle of EU-news reporting and can serve as basis for further research, for example when comparing EU-news throughout time or comparing the Flemish/Belgian news reporting with its counterparts in other member states.

### Keywords:

- EU-news
- Newspaper reporting
- European Union
- Flemish media
- De Standaard
- Het Nieuwsblad
- Long-term
- Europeanization

## VOORWOORD

Tijdens mijn opleiding Politieke Communicatie had ik het geluk stage te mogen lopen bij de EU-redactie van VRT NWS. De EU-specialisten op de redactie werken hard, maar hebben het moeilijk hun onderwerp te 'verkopen'. Niet alleen aan het publiek, ook aan hun collega's. Het Europees nieuws wordt vaak nog 'onderdrukt' door ander nieuws dat blitser, interessanter of dramatischer is. Weinig redacties beschikken over een EU-specialist en als er één is, staat die er soms alleen voor.

Zelf was ik altijd al geïnteresseerd in de Europese Unie. Op mijn stage kreeg ik de kans het nieuws over Europa van dichtbij mee te maken. Wat ik daar aan de praktijkzijde allemaal aanschouwde, wekte ook mijn interesse vanuit academische invalshoek. Om beide in hetzelfde jaar verenigd te zien, was dan ook een mooie ervaring.

Met het afsluiten van deze masterproef beëindig ik een mooie carrière aan de Universiteit Antwerpen. Tijdens deze loopbaan kon ik gelukkig rekenen op hulp. Graag wil ik professor Bursens bedanken voor alle feedback doorheen het academiejaar. Ook aan professor De Swert richt ik een woord van dank, voor zijn feedback op mijn codeboek.

Tot slot wil ik mijn familie bedanken. Na mijn opleiding Geschiedenis ook nog een opleiding in de Politieke Communicatie volgen, kon enkel dankzij hun steun. En een tweede masterproef schrijven was zeker niet evident. Dat ik daarin slaagde, is enkel te danken aan het feit dat mijn familie altijd in mij bleef geloven. Bedankt.

Vicky De Backer

13 mei 2018

# INHOUDSOPGAVE

<b>ABSTRACT EN KEYWORDS</b> .....	<b>2</b>
<b>VOORWOORD</b> .....	<b>3</b>
<b>INHOUDSOPGAVE</b> .....	<b>4</b>
<b>DEEL I: INLEIDING</b> .....	<b>6</b>
1. Inleiding .....	6
2. Probleemstelling en onderzoeksvraag.....	6
3. Relevantie .....	7
3.1. Wetenschappelijke relevantie .....	7
3.2. Maatschappelijke relevantie.....	8
4. Structuur .....	8
<b>DEEL II: LITERATUURSTUDIE</b> .....	<b>9</b>
1. Literatuuroverzicht.....	9
2. Theoretisch kader .....	10
2.1. Cyclisch verloop .....	10
2.2. Hoeveelheid.....	11
2.3. Toon .....	13
2.4. Perspectief .....	14
2.5. Personalisering.....	16
2.6. Thema .....	17
2.7. Verschillen kwaliteitskrant en populaire krant.....	18
2.8. Samenvatting hypothesen .....	20
<b>DEEL III: OPERATIONALISERING</b> .....	<b>21</b>
1. Data .....	21
1.1. Selectie data.....	21
1.2. Steekproef .....	22
1.3. De Standaard en Het Nieuwsblad binnen de context van de Vlaamse lezersmarkt .....	23
2. Methode.....	24
2.1. Variabelen en codeboek .....	24
2.2. Intercodeurbetrouwbaarheid .....	24
2.3. Analyse.....	25
<b>DEEL IV: RESULTATEN EN BESPREKING</b> .....	<b>26</b>
1. Kwantitatieve luik .....	26
1.1. Cyclische berichtgeving .....	26
1.2. Hypothese 1 .....	26

1.3. Hypothese 2 .....	31
1.4. Hypothese 3 .....	35
1.5. Hypothese 4 .....	39
1.6. Hypothese 5 .....	41
1.7. Hypothese 6 .....	44
2. Kwalitatieve luik .....	45
2.1. EU-berichtgeving in detail .....	45
2.2. Vergelijking periode 1 – periode 2.....	48
2.3. Vergelijking De Standaard – Het Nieuwsblad.....	48
3. Overzicht resultaten.....	51
<b>DEEL V: CONCLUSIE .....</b>	<b>52</b>
1. Conclusie .....	52
2. Discussie .....	53
<b>BIBLIOGRAFIE.....</b>	<b>56</b>
<b>LIJST VAN BRONNEN .....</b>	<b>60</b>
<b>LIJST VAN TABELLEN .....</b>	<b>61</b>
<b>LIJST VAN FIGUREN .....</b>	<b>62</b>
<b>BIJLAGEN .....</b>	<b>63</b>
Bijlage 1: overzicht steekproef .....	63
Bijlage 2: overzicht aantal artikels per jaar .....	66
Bijlage 3: codeboek.....	67

# DEEL I: INLEIDING

## **1. INLEIDING**

Oktober 2017. Luc Van den Brande, adviseur van Europees Commissievoorzitter Juncker, brengt een rapport uit met de titel: “De banden aanhalen met de EU-burger: een nieuwe kans” (Van den Brande, 2017). Het rapport moet inzicht bieden in de mogelijkheden om burgers meer bij het Europese project te betrekken. Want ook vandaag staat de EU bekend om haar lage populariteit en het weinige vertrouwen in haar instellingen. In de herfst van 2017 had maar liefst 21% van alle Europeanen een negatief beeld van de EU (Europese Commissie, 2017, p. 15). Minder dan de helft van de Europeanen (41%) zei op hetzelfde moment vertrouwen te hebben in de Europese Unie (Europese Commissie, 2017, p. 12). De Europese Unie is ‘abstract’, ‘log’, en vooral onbekend. Er is een democratisch deficit. Wat kan hiervan de oorzaak zijn?

Het rapport bevat ook een kleine paragraaf over de media. Luc Van den Brande schrijft dat burgers vaak slecht geïnformeerd zijn over de Europese Unie en dat media hiervoor cruciaal zijn (Van den Brande, 2017, p. 16). De EU moet daarom de diversiteit en objectiviteit van media bevorderen en digitale *tools* toegankelijker maken voor alle burgers (Van den Brande, 2017, p. 16). De beleidsmakers van de EU weten dus zelf ook dat media een belangrijke rol kunnen spelen bij de legitimiteitsproblemen van de EU. Maar deze ene paragraaf had ook een bladzijde, een hoofdstuk of een heel rapport kunnen zijn. Want de relatie tussen de *mainstream* media en de Europese Unie is complex en belangrijk en verdient daarom meer aandacht.

## **2. PROBLEEMSTELLING EN ONDERZOEKSVRAAG**

Kranten en televisie worden er vaak van beschuldigd negatief en onvolledig te berichten over Europa, terwijl de EU van haar kant het verwijt krijgt de medialogica te negeren en zichzelf op die manier onaantrekkelijk te maken. Claes de Vreese (2001) formuleert het zo: “The complex and lengthy decision-making processes within the European Union are not compatible with the demands for a rapidly delivered and preferably controversial news. The EU is a challenge for both politicians and the news media” (p. 301). Of met de woorden van een Deense hoofdredacteur: “It is tough to ‘sell’ an EU story” (de Vreese, 2001, p. 298).

Maar dat de media belangrijk zijn voor de toekomst van de EU staat als een paal boven water. Ondanks de vele websites, pogingen tot informeren en burgerdialogen, blijven de *mainstream* media immers de belangrijkste bron van informatie over Europa. Ook voor de gemiddelde Belg komt de EU niet dichterbij dan af en toe een bericht in de krant of op televisie.

Maar hoe berichten die media eigenlijk over de EU? De Europese Unie zelf zou er baat bij hebben dit te onderzoeken, aangezien dit de perceptie van mensen sterk bepaalt. Onderzoek naar media-effecten toonde al aan dat media niet alleen de mening van individuen op korte termijn kunnen beïnvloeden, maar ook de geaggregeerde publieke opinie, bijvoorbeeld op nationaal niveau, op lange termijn (Boomgaarden, de Vreese, Schuck & Vliegthart, 2008, p. 435). En pas wanneer we weten hoe de EU via de media tot de mensen komt, kunnen beleidsmakers en ook burgers nadenken hoe zij dit proces willen of kunnen

beïnvloeden. Pas dan kan iemand als Luc Van den Brande een weloverwogen mediastrategie voorstellen.

Daarom is het belangrijk dat we onderzoeken hoe de media de EU portretteren en of dit verschilt per medium, mediasysteem of tijdsperiode. De onderzoeksvraag die ik in deze masterproef wil stellen, is de volgende:

***In welke opzichten veranderde de berichtgeving over de Europese Unie in twee Vlaamse kranten (De Standaard en Het Nieuwsblad) van 2003 tot en met 2017, of bleef deze berichtgeving gelijk?***

Een perspectief op lange termijn kan ons vertellen of er de laatste jaren veranderingen plaatsvonden in die berichtgeving. Om op deze vraag een antwoord te vinden, voer ik een beschrijvend, exploratief onderzoek uit naar krantenartikels in *De Standaard* en *Het Nieuwsblad*. Ik ga daarbij niet kijken naar het effect van de berichtgeving op de publieke opinie, hoewel ik dit onderwerp wel af en toe zal aanraken. Eerst moeten we immers breed in kaart brengen hoe de EU-berichtgeving in Vlaanderen er precies uitziet. Alle variabelen die ik zal bestuderen hebben echter vermoedelijk wel een effect. Daarom kan mijn masterproef dienen als basis voor later onderzoek dat wel expliciet de link legt met de Belgische publieke opinie. In de conclusie geef ik hiervoor een aanzet.

### **3. RELEVANTIE**

#### **3.1. Wetenschappelijke relevantie**

Allereerst wil ik dus met mijn exploratief onderzoek een basis bieden voor verder onderzoek. Onderzoekers voerden tot nu toe voor het EU-nieuws vooral vergelijkingen van media tussen landen uit, maar bijna nooit maakt Vlaanderen of België deel uit van die vergelijking. Pas wanneer in kaart werd gebracht hoe de Europese Unie in de Vlaamse media aan bod komt, kunnen onderzoekers Vlaanderen eindelijk als casus nemen bij crossnationale vergelijkingen en kijken wat in België de effecten op de publieke opinie zijn.

Zulk verder onderzoek is broodnodig want de huidige conclusies zijn niet eenduidig. Sommige auteurs concluderen dat meer EU-nieuws leidt tot meer steun voor de EU (Azrout, de Vreese, & van Spanje, 2012, pp. 704-705), terwijl anderen net besluiten dat meer EU-nieuws leidt tot minder steun voor de EU (Boomgaarden, de Vreese, Schuck, & Vliegthart, 2010, p. 519; Leconte, 2010, p. 209: zolang nationale perspectieven blijven domineren; 't Lam, 2012). En is het bijvoorbeeld het lage volume aan EU-berichtgeving dat de lage interesse en kennisniveaus bij het publiek veroorzaakt of zorgen weinig kennis en interesse over de EU bij mensen er juist voor dat er weinig over in de media verschijnt? Dit is een vicieuze cirkel. Daarbovenop zijn de effecten van EU-nieuws groter dan bij ander nieuws omdat voor burgers de media nagenoeg de enige bron van informatie over de EU zijn; en bij een abstract, onbekend onderwerp zijn de persuasieve effecten groter (Desmet, de Vreese, & van Spanje, 2015, p. 3180).

Bovendien neem ik met mijn masterproef een stukje onbekend terrein onder handen. Onderzoek naar de Europese berichtgeving in Vlaanderen is nog niet veel gedaan en al helemaal niet vaak op lange termijn. Comparatief onderzoek spitst zich meestal toe op de ruimtelijke dimensie van vergelijking, terwijl de dimensie tijd ondervertegenwoordigd blijft. Enkele werken die ik heb opgenomen in mijn bibliografie zijn hierop een uitzondering, zoals die van 't Lam (2012) en Boomgaarden et al. (2008). Deze lopen allebei slechts tot 2006 en

zijn dus niet *up-to-date*. Ik hoop met mijn nieuwe resultaten een basis voor vergelijking te kunnen bieden (zowel in tijd als in ruimte) en te tonen hoe de Vlaamse EU-berichtgeving zich sinds de vorige decennia ontwikkelde.

### **3.2. Maatschappelijke relevantie**

Bovendien kent deze masterproef ook een bredere maatschappelijke relevantie. Onderzoek toonde al aan dat de manier waarop de media de Europese Unie portretteren reële effecten heeft op de meningen, attitudes en zelfs stemmen van burgers. Vooral de hoeveelheid berichtgeving, haar Europees gehalte en de gebruikte toon – allemaal factoren die ik in deze masterproef zal onderzoeken – beïnvloeden de publieke opinie (Banducci, Boomgaarden, de Vreese, & Semetko, 2006, p. 479). Het Europese project zelf is gebaseerd op het draagvlak dat dit bij de bevolking weet te creëren. Verschillende momenten in de Europese geschiedenis – meest recent nog de brexit – tonen bovendien aan dat wanneer deze steun ontbreekt, de EU wankelt. De toekomst van de Europese Unie hangt daarom deels af van de media.

Norris (2000) stelt dat een inhoudsanalyse van nieuws, bijvoorbeeld doorheen de tijd, een van de beste manieren is om de media te beoordelen en na te gaan of ze hun taak als organisatoren van een democratisch forum voor debat goed vervullen (p. 34). Volgens mij moeten we ons dan ook steeds de vraag stellen of de media vandaag functioneren zoals wij als burgers dat zouden willen. Willen we meer of minder informatie krijgen over de EU? Willen we dat die informatie objectief of overtuigend is? Willen we onze kennis van de EU vergroten of willen we haar populariteit bevorderen? Om aan al deze zaken eventueel iets te veranderen, moeten we eerst zicht krijgen op die berichtgeving, vandaag en gisteren.

## **4. STRUCTUUR**

Deze masterproef is opgebouwd uit vijf delen. De inleiding vormde het eerste deel en gaat over in de literatuurstudie, het tweede deel. Dat behandelt de wetenschappelijke literatuur die mee de basis vormde voor mijn onderzoek. In deel drie zet ik de opzet van het onderzoek uiteen, om vervolgens in deel vier de resultaten ervan te bespreken. Deze masterproef eindigt tenslotte met deel vijf als een globale conclusie op het geheel.

In wat volgt, begin ik eerst met een kort literatuuroverzicht om dan over te gaan tot het theoretisch kader en de hypothesen die hieruit voortvloeiden.



## DEEL II: LITERATUURSTUDIE

### **1. LITERATUUROVERZICHT**

Over de relatie tussen de Europese Unie en de media werd al veel geschreven. Wanneer we de wetenschappelijke literatuur doornemen, valt op dat we twee soorten van elkaar kunnen onderscheiden. Uiteraard is die opdeling voor een stuk artificieel; zo zijn er ook onderzoeken die elementen van beide tradities bevatten.

In de eerste plaats is er de literatuur rond de zogenoemde *European public sphere*. Wetenschappers gaan, in navolging van het bekende concept van Habermas, in de verschillende Europese mediasystemen op zoek naar bewijzen voor het bestaan van een abstracte Europese publieke sfeer. Ze veronderstellen daarbij dat een Europese publieke sfeer een normatief debat stimuleert, wat het democratisch gehalte van de EU ten goede komt. Toonaangevende auteurs zijn bijvoorbeeld Hans-Jörg Trenz (2007, 2008) en Koopmans en Statham (2010). Die laatsten gaan in hun boek dieper in op de 'Europeanisering' van publieke debatten in verschillende media en verschillende lidstaten.

Volgens Leconte (2010) bestaat een Europese publieke sfeer uit een tweevoudige Europeanisering van nationale publieke sferen. Deze Europeanisering valt uiteen in de concepten "verticale Europeanisering" en "horizontale Europeanisering" (Leconte, 2010, pp. 211-212). Ook Brüggeman en Kleinen-von Königslöw (2009) benoemden dit onderscheid al. "Verticale Europeanisering" betekent dat de media binnen een land steeds meer diepgaande aandacht besteden aan de Europese Unie zelf, terwijl "horizontale Europeanisering" meer aandacht betekent voor Europese kwesties en debatten die spelen in andere lidstaten (Brüggeman & Kleinen-von Königslöw, 2009, p. 29; zie ook Azrout<sup>1</sup> et al., 2013, p. 611). In de woorden van Leconte (2010) is horizontale Europeanisering "de verbinding van nationale publieke sferen met elkaar" (p. 212).

Hoewel de Europese publieke sfeer een nuttig concept is voor deze masterproef, vormt dit niet de kern van mijn onderzoek. Die publieke sfeer is immers al vaak onderzocht: auteurs concluderen zowel dat de *European public sphere* in opkomst is (bijvoorbeeld Jankowski, van Os, & Vergeer, 2007 voor het internet) als dat ze eigenlijk slechts gedeeltelijk zou bestaan (zie bijvoorbeeld 't Lam, 2012, pp. 187-188: vooral in de Europese kwaliteitskranten) of helemaal nog niet (bijvoorbeeld De Smedt, Hooghe, & Walgrave, 2011b, p. 600). Ook het onderscheid tussen horizontale en verticale Europeanisering – waarbij de ene vorm aanwezig en de andere afwezig kan zijn – speelt een rol.

De tweede soort literatuur handelt specifiek over hoe de (nieuws)media de Europese Unie, haar instellingen en actoren portretteren. Erg vaak koppelt men dit aan onderzoek naar media-effecten. Eén van de meest onderzochte effecten is de impact van de berichtgeving op de kennis en publieke opinie over de EU bij burgers. Claes de Vreese is zo een van de belangrijkste auteurs in dit onderzoeksdomein. Hij bestudeerde alleen of in samenwerking met anderen al talloze invalshoeken van dit onderwerp zoals: hoe en waarom verschilt de berichtgeving over de EU per lidstaat en per moment (Azrout et al., 2013; Boomgaarden et al., 2010; Peter & de Vreese, 2004; de Vreese, 2001); hoe de berichtgeving over de Europese parlementsverkiezingen van 2004 verschilde per land (Banducci et al., 2006); welke effecten

---

<sup>1</sup>Vanwege het grote aantal auteurs vermeld ik hier meteen enkel de eerste auteur.

berichtgeving en persoonlijke gesprekken over de EU kunnen hebben op de perceptie van het democratisch functioneren van de EU (Desmet et al., 2015); de effecten van berichtgeving op steun voor een verdere uitbreiding of verdieping van de EU (Azrout et al., 2012; Boomgaarden et al., 2008); en op het stemgedrag bij Europese verkiezingen (de Vreese & van Spanje, 2014).

Meestal voeren onderzoekers een crossnationale vergelijking uit van de berichtgeving in verschillende lidstaten. Opvallend is dat België bijna nooit een van de casussen is. Een mogelijke verklaring daarvoor is dat sommigen België zien als twee verschillende mediasystemen<sup>2</sup> (het Vlaamse en het Waalse) en bijgevolg een te complexe casus voor vergelijking verwachten. Een uitzondering is het onderzoek van De Smedt, Hooghe en Walgrave (2011a): zij bestudeerden de aandacht van Vlaamse televisiejournaals voor de Europese Unie tussen 2003 en 2010. Ook Baetens en Bursens (2005) onderzochten zowel de Vlaamse als Waalse kranten en televisiejournaals op nieuws over Europa. Veel vaker dan België dient Nederland echter als punt van vergelijking. Zo is er de dissertatie van Peter 't Lam (2012) over de media-effecten van berichtgeving op perceptie, kennis en opinie over de EU bij burgers. Bovendien kijkt 't Lam niet enkel naar verschillen tussen landen en tussen populaire en kwaliteitskranten, maar bestudeert hij dit alles tijdens de periode van 1994 tot en met 2006. Zo'n vergelijking van de EU-berichtgeving tussen periodes gebeurt veel minder dan de crossnationale vergelijkingen.

Er is dus een lacune in het onderzoek naar berichtgeving over de EU. Een onderzoek dat evoluties doorheen de tijd bestudeert in het Vlaamse (of Waalse) mediasysteem zou dan ook twee gaten in het huidige onderzoek helpen opvullen.

## **2. THEORETISCH KADER**

In dit deel schets ik de verschillende verwachtingen die ik naar aanleiding van de probleemstelling heb voor de verschillende aspecten van de berichtgeving. Alle hypothesen bekam ik door een grondige literatuurstudie en zullen hier dan ook met theorie worden onderbouwd. Ook verduidelijk ik enkele belangrijke concepten.

### **2.1. Cyclisch verloop**

Wanneer men kijkt naar de media-aandacht voor de Europese Unie is de eerste vaststelling dat deze cyclisch van aard is. Dat betekent dat de berichtgeving grotendeels de kalender van de Europese instellingen volgt, waarbij zogenoemde *key events* leiden tot een opstoot van media-aandacht en er verder tijdens routineperiodes zonder belangrijke evenementen maar weinig aandacht is voor de EU (de Vreese, 2001). Een *key event* is bijvoorbeeld een Europese Raad, waarbij alle staatshoofden en regeringsleiders in Brussel samenkomen (een Europese 'top'), maar ook de vijfjaarlijkse Europese parlementsverkiezingen, de toetreding van nieuwe lidstaten of een controversieel referendum. Norris (2000) maakt het onderscheid tussen "routine news" en "event-driven news when coverage peaked" (p. 186). Ook voor België stelden onderzoekers al een cyclische berichtgeving over de EU vast (Baetens & Bursens, 2005; De Smedt et al., 2011b). De media reageren dus op de politieke agenda door nieuws te brengen over de EU op het moment dat er belangrijke evenementen gepland staan (de Vreese, 2001, p. 300).

---

<sup>2</sup>Zoals omschreven door Daniel Hallin en Paolo Mancini (2004) in hoofdstuk 4 van hun boek *Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics* (Cambridge University Press).

Dit omdat *key events* voldoen aan nieuwswaarden zoals conflict, dramatisering en personalisering. In het huidige klimaat van de toenemende commercialisering van de media en de ondergang van traditionele journalistieke verdienmodellen, is het belangrijker dan ooit om in te spelen op de vraag van de lezer naar aantrekkelijke nieuwsinhoud. Bijgevolg zijn burgers slechts selectief op de hoogte van enkele Europese gebeurtenissen. Norris (2000) wijst op de problematische gevolgen van zo'n cyclische berichtgeving:

This regular cycling suggests that the routine daily grind of European Parliament debates, European Commission business, and presidential initiatives remains largely invisible to the public, but key summits, where government leaders meet every six months at the European Council, provide a sense of heightened drama that attracts the international media. (p.188)

Opvallend is dat van alle *key events* vooral de Europese top – tijdens mijn onderzoeksperiode minstens vier keer per jaar formeel op de agenda – het meeste media-aandacht zou genereren (Baetens & Bursens, 2005, p. 18; Norris, 2000, p. 188). Ook dit is echter niet onschuldig. De Smedt et al. (2011b) stellen bijvoorbeeld:

De nieuwscyclus rond de EU volgt het ritme van de Europese Raad, en niet het ritme van het Europees Parlement of de Europese Commissie. De televisiekijkers in Vlaanderen krijgen dus vooral een beeld van de EU als intergouvernementele organisatie, en veel minder van de EU als supranationale organisatie. (p.601)

Sterker nog, enkel focussen op de Europese top leidt volgens Leconte (2010) tot een strategische nieuwsframing, waarbij het lange besluitvormingsproces wordt herleid tot het moment waarop staatshoofden met elkaar onderhandelen. Dit geeft de indruk dat de besluitvorming volledig boven de hoofden van gewone burgers plaatsvindt en versterkt als gevolg bij hen het politiek cynisme ten opzichte van de EU (Leconte, 2010, p. 199). Zelfs wanneer journalisten schijnbaar onschuldig de Europese kalender volgen kan dit dus al reële effecten hebben op de publieke opinie.

Daarnaast zouden ook pieken in de berichtgeving kunnen voorkomen door onverwachte gebeurtenissen of crisismomenten voor de Unie. Tijdens mijn onderzoeksperiode was er zo bijvoorbeeld de brexit (2016-2017) en de vluchtelingencrisis (vooral acuut tussen 2013 en 2016).

Dat de berichtgeving over de EU ook in *De Standaard* en *Het Nieuwsblad* tussen 2003 en 2017 een cyclisch verloop had, dient hier niet als hypothese maar eerder als achterliggende verwachting waar ik rekening mee hield – bijvoorbeeld toen ik de steekproef opstelde. Zoals ik later meer in detail zal aanhalen, incorporeerde ik in mijn onderzoek een evenwicht aan eventperiodes en routineperiodes omdat van *key events* bewezen is dat ze dus een effect hebben op de hoeveelheid berichtgeving over de EU (Boomgaarden et al., 2010).

## **2.2. Hoeveelheid**

De eerste hypothese heeft immers betrekking op die hoeveelheid. Allereerst zouden de media relatief weinig over de Europese Unie berichten. Verschillende auteurs halen dit aan (Boomgaarden et al., 2010; Norris, 2000; enz.). Uit onderzoek blijkt dat de twee Vlaamse televisiekanalen VRT en VTM samen tussen 2003 en 2010 slechts gemiddeld 7% van al hun politiek nieuws aan de EU spendeerden: een bedroevend laag cijfer wanneer je dit vergelijkt met de 36% Belgische politiek en de 41% internationale politiek (De Smedt et al., 2011b, p.

598). De hoeveelheid berichtgeving is belangrijk voor het onderzoek naar media-effecten omdat te weinig berichtgeving over de EU moeilijk een grote impact kan hebben op het publiek (Norris, 2000, p. 188). Kranten berichten wel meer over de Europese Unie dan televisie omdat ze over meer plaats en minder productiekosten beschikken (Maier & Maier, 2008, p. 405). Dat is paradoxaal aangezien het merendeel van de burgers, ook bij de Vlamingen, hun informatie over de Europese Unie vooral van televisie halen en veel minder uit de krant (De Smedt et al., 2011b).

Er zijn verschillende redenen waarom de Europese Unie het nieuws amper haalt. Daarbij is er een verschil tussen interne en externe journalistieke factoren die de nieuwsinhoud bepalen (de Vreese, 2001). Interne factoren zijn bijvoorbeeld het redactioneel beleid en de investering in een onderwerp (de Vreese, 2001, p. 287). Journalisten krijgen maar weinig plaats en middelen om over de EU te berichten omdat de nieuwsproductie doorgaans in nationaal gerichte structuren plaatsvindt (Statham, 2010, p. 125). Daar komt nog bij dat maar weinig journalisten gespecialiseerd zijn in de Europese Unie en dat het publiek – of daar gaat men meestal toch vanuit – geen interesse heeft in zoiets abstracts als de instellingen van de EU (Statham, 2010, p. 125).

Voorbeelden van externe factoren zijn *key events* of de actualiteit, maar ook bijvoorbeeld het politieke systeem van een land (de Vreese, 2001, p. 287). Landen waarvan de inwoners meer tevreden zijn met hun democratisch systeem zouden ook in hun media meer berichten over de EU (Peter & de Vreese, 2004). Een ander voorbeeld zijn nationale verkiezingen. Veel onderzoekers typeren de Europese parlementsverkiezingen als *second-order elections* die maar weinig burgers mobiliseren; zeker als er tegelijk nationale verkiezingen plaatsvinden. Op een moment dat nationale thema's de actualiteit domineren, zullen de media immers weinig of geen aandacht hebben voor de verkiezing van een parlement dat letterlijk en figuurlijk ver weg is (zie bijvoorbeeld De Smedt et al., 2011a, p. 4). Dit effect werd trouwens al bevestigd voor België (Azrout et al., 2013, p. 617).

Toch lijkt de zaak niet verloren. Er zijn redenen om aan te nemen dat de hoeveelheid berichtgeving over de Europese Unie is toegenomen doorheen de tijd. Het sterkste argument komt van 't Lam. Hij ziet tussen 1997 en 2006 een duidelijke stijging van het aantal krantenartikelen waarin de EU aan bod komt, en dit op basis van verschillende kranten in Frankrijk, Duitsland, Nederland en het Verenigd Koninkrijk ('t Lam, 2012). En hoewel er verschillen tussen landen zijn, is toch een duidelijke opwaartse trend te zien doorheen de tijd (zie 't Lam, 2012, figuur 6.1, p. 114). Ook volgens uitgebreid onderzoek van Boomgaarden et al. (2008, 2010) nam het aandeel van de EU in het nieuws tussen 1990 en 2006 toe in zeven lidstaten. En ook over elke Europese parlementsverkiezing zou de berichtgeving toegenomen zijn (Banducci et al., 2006; Azrout et al., 2013, p. 624; Gattermann, 2013, p. 439 die wijst op een toegenomen media-interesse in het Europees Parlement; Leconte, 2010). Leconte (2010) stelt bovendien dat de berichtgeving over de EU toeneemt met het aantal jaren dat een land lid is (p.195). Een verklaring hiervoor vinden we bij Brüggemann en Kleinen-von Königslöw (2009): "Newspapers in countries that have long been assimilated in the EU tend to discuss EU politics more often, as both journalists and readers have become more accustomed to this subject" (pp. 40-41). Toch wijst niet al het onderzoek in dezelfde richting. Volgens De Smedt et al. (2011b) steeg de berichtgeving over de Europese Unie op de Vlaamse televisie niet tussen 2003 en 2010. Maar ze spreken ook niet van een daling: hun gegevens lijken eerder een stabiele lijn te vertonen (zie De Smedt et al., 2011b, figuur 1, p. 599).

Wanneer we denken aan het toenemend belang van de EU en de toenemende macht van haar instellingen sinds het begin van deze eeuw, zou het toch logisch zijn tussen 2003 en 2017 een stijging te zien van het aantal nieuwsberichten over de EU. Er zijn sinds de eeuwwisseling alvast wel veel meer geaccrediteerde EU-journalisten in Brussel (Trenz, 2008, p. 299). Zeker gezien het sowieso erg lage volume aan berichtgeving, lijkt een daling alvast weinig waarschijnlijk. Uiteindelijk heb ik de volgende verwachting:

*H1: Hoewel zowel De Standaard als Het Nieuwsblad tijdens de betreffende periode relatief weinig berichtten over de Europese Unie, verwachten we tussen 2003 en 2017 wel een stijging in die hoeveelheid berichtgeving.*

### **2.3. Toon**

Hoewel de evaluatieve toon van het nieuwsbericht een van de belangrijkste en meest onderzochte variabelen is, blijkt er weinig consensus te zijn over de eigenlijke media-effecten ervan. Logischerwijs concludeert een deel van de onderzoekers dat negatief nieuws over de EU leidt tot negatieve meningen over de EU en dat positief nieuws op zijn beurt leidt tot meer appreciatie (bv. 't Lam, 2012). Zo is er een bewezen verband tussen negatieve berichtgeving en politiek cynisme (bv. Kalkhoven, 2009, door *framing*).

Maar er zijn ook andere bevindingen. Volgens Trenz (2008) zou positief nieuws over de EU geen positieve impact hebben op de attitudes van burgers. Sterker nog, aangezien grote delen van het publiek erg eurosceptisch zijn, kan een poging van de media tot propaganda van Europese integratie zelfs het tegengestelde effect hebben (Trenz, 2008, p. 296). Negatieve en zelfs "satirische en polemische" berichtgeving over de EU zou volgens Trenz dan ook wijdverspreid zijn, aangezien mensen erg lage en negatieve verwachtingen hebben van het nieuws over een EU in "permanente crisis" (Trenz, 2008, p. 296).

Het is duidelijk dat de toon in de EU-berichtgeving nog verder onderzocht moet worden. De mening die burgers hebben over de Europese Unie en daarmee ook de steun voor het Europese project hangen hier mee van af. De toon van nieuwsberichtgeving kan bijvoorbeeld een reëel effect hebben op de opkomst bij Europese verkiezingen (Banducci et al., 2006, p. 483). Het belang van de evaluatieve toon kan men daarom niet onderschatten, zeker wanneer je beseft dat die bij een ongekend en abstract onderwerp als de EU een nog grotere invloed heeft op opinies (Desmet et al., 2015, p. 3180). Bovendien heeft dit normatieve implicaties, zoals Norris (2000) al aankaarte:

(...) for the news media to provide an effective civic forum, European citizens should be able to hear the pros and cons concerning controversies about the future development of the European Community. If (...) people can read or watch only one side of the argument, then that potentially impoverishes public debate. (p.206)

In hun *state-of-the-art* paper "Negativity in political news" ontwikkelen Berganza, Esser en Lengauer (2012) verschillende concepten van negativiteit in het nieuws. Het eerste concept waarop ik bij mijn analyse de focus leg is de "non-directionele negativiteit" op het niveau van *framing* (Berganza et al., 2012, p. 189). Deze zogenoemde "frame-gerelateerde negativiteit" hangt samen met de algemene narratieve structuur van een nieuwsbericht (Berganza et al., 2012, p. 189). Non-directioneel betekent dat de negativiteit algeheel aanwezig is in de toon, en niet op bepaalde actoren gericht is (Berganza et al., 2012, p. 190). Het gaat dus om een algehele, onpersoonlijke negativiteit die betrekking heeft op het hele nieuwsbericht of met andere woorden een algemene uiting van "tonaliteit" (die negatief of positief kan zijn)

(Berganza et al., 2012, pp. 189-190). Bij een neutraal nieuwsbericht zou ik daarom spreken van de afwezigheid van tonaliteit. Daarnaast is er nog de “directionele negativiteit” gericht tegen een bepaalde actor of institutie (hier: de EU) (Berganza et al., 2012, pp. 190, 196). Ik zal beide concepten gebruiken om te spreken over een algemene toon en een specifieke toon.

Huidig onderzoek komt tot de volgende consensus: het nieuws over de EU is meestal neutraal van toon, maar als het een evaluatieve toon bevat, is die nagenoeg altijd negatief (Banducci et al., 2006, pp. 483, 493). Norris (2000) sprak over een bescheiden, maar consistente bias. Bovendien zouden Belgische media vaker negatief klinken over de Europese Unie: zo is de Vlaamse berichtgeving eurosceptischer dan de Nederlandse (Kalkhoven, 2009) en was in het jaar 1995 het Belgische nieuws het op één na meest eurosceptische (Norris, 2000, p. 198).<sup>3</sup> Maar zelfs als we vaststellen dat de media systematisch negatief berichten over Europa, hoeft dit niet meteen tot wanhoop te stemmen. Boomgaarden et al. (2008) halen immers aan: “(...) in a context in which negative information is the norm it is the positive information that is perceived as rather extraordinary and therefore is picked up more easily and processed more thoroughly” (p. 433). Positiviteit zou dus binnen de context van EU-nieuws juist een groter effect kunnen hebben dan negatief nieuws.

We kunnen echter wel verwachten dat het negatieve nieuws over de EU nog toeneemt. Berganza et al. (2012) spreken immers over “the long-term intensification of negative news across countries and recent decades” (p. 181). De meerderheid van het bewijsmateriaal zou dus tot nu toe wijzen op een toename van negativiteit in al het politieke nieuws (Berganza et al., 2012, p. 189). Een van de redenen hiervoor is dat de journalistiek steeds kritischer wordt en dat negativiteit als nieuwswaarde aan belang wint (Berganza et al., 2012). Ook hier speelt natuurlijk de toegenomen commerciële druk op nieuwsorganisaties, die ertoe leidt dat journalisten meer inzetten op conflict, drama en negativiteit om hun publiek te behouden (Berganza et al., 2012, p. 182). We kunnen bijgevolg verwachten dat deze algemene trend zich ook doorzet voor het EU-nieuws:

*H2: De berichtgeving over de Europese Unie in De Standaard en Het Nieuwsblad is overwegend neutraal, maar tussen 2003 en 2017 was er vermoedelijk een stijging in het aandeel negatieve nieuwsberichten.*

En aangezien televisie negatiever over Europa bericht dan de pers (Norris, 2000, p. 197) is mijn keuze om enkel krantenartikelen te analyseren een conservatieve test voor negativiteit in het nieuws.

## **2.4. Perspectief**

Een ander aspect van de EU-berichtgeving is het perspectief. Norris gaf al in 2000 aan dat dit erg belangrijk is om te onderzoeken (p. 55). Benaderen journalisten de Europese thema's meestal vanuit Belgische invalshoeken of is er toch sprake van een zekere ‘Europeanisering’ van de berichtgeving (zoals aanhangers van de *European public sphere* hopen)? Omdat in de literatuur veel gelijkaardige begrippen circuleren met andere klemtonen, dringt een conceptuele keuze zich op. Ik kies ervoor om in deze masterproef te spreken van een nationaal perspectief enerzijds en een Europees perspectief anderzijds.

---

<sup>3</sup>Het enige land waarvan de media zich nog eurosceptischer toonden was het Verenigd Koninkrijk, dat gekend is om haar algemene euroscepticisme.

Eerst verduidelijk ik het concept 'Europees perspectief'. Jankowski et al. (2007) citeren Gerhards die helder maar beknopt weergeeft wanneer er sprake is van 'Europeanisering' van politieke communicatie. Toegepast op een nieuwsbericht betekent dit dat het nieuws moet communiceren over een Europees thema "from a perspective that extends beyond one's country and interest" (Gerhards, geciteerd in Jankowski et al., 2007, p. 2). Leconte (2010) spreekt van "a common 'European news agenda' across domestic media and a common 'European frame of reference' that transcend a purely national reporting and orient domestic audiences towards a European perspective" (p. 212). Wanneer ik in deze scriptie dus gewag maak van een 'Europese' berichtgeving dan bedoel ik daarmee een berichtgeving die een Europees of transnationaal (en dus niet specifiek Belgisch) perspectief hanteert. Azrout et al. (2013) spreken ook wel van "the *Europeanness* of the news"<sup>4</sup> (p. 611).

Een nationaal perspectief daarentegen is te vergelijken met een "Belgische bril" waardoor iemand het EU-nieuws bekijkt (De Smedt et al., 2011a, p. 7). Verschillende auteurs spreken ook wel van domesticatie (Boomgaarden et al., 2010, p. 508; De Smedt et al., 2011a) of een "domestic filter" op het EU-nieuws die ook bij ander internationaal nieuws vaak voorkomt (Gattermann en Vasilopoulou, 2015, p. 123). Een andere goede benaming ervoor is de dominantie van een nationaal referentiekader (Leconte, 2010, p. 212). Een Belgische bril betekent in de praktijk dat een journalist in een nieuwsbericht over de EU steeds de terugkoppeling maakt naar eigen land. Op die manier krijgt de Belgische lezer meer duiding die voor hem relevant is.

Het onderscheid tussen nationaal of Europees perspectief draait dus niet om het thema van het nieuwsbericht – ik bestudeer immers enkel krantenartikels met de EU als hoofdonderwerp – maar wel om de benadering van dit thema. Ik verduidelijk dit aan de hand van een voorbeeld. In een nieuwsbericht over een Europese top zou een Europees perspectief bijvoorbeeld de voorzitter van de Raad en de verschillende staatshoofden belichten, terwijl een nationaal perspectief eerder de focus zou leggen op de rol van de Belgische premier tijdens de onderhandelingen. De Europese politicus die tussen 2003 en 2010 het meest aan bod kwam in de Vlaamse televisiejournals was trouwens een Belg (namelijk Guy Verhofstadt; zie De Smedt et al., 2011b, p. 600): een duidelijk nationale invalshoek. Een ander voorbeeld: een Europees perspectief op de Europese verkiezingen kan aan de ene kant betekenen dat vooral Europese parlements kandidaten of Europese partijen in beeld komen, terwijl een nationaal perspectief aan de andere kant meer oog zou hebben voor de rol van nationale (of Vlaamse) partijen en politieke thema's binnen de verkiezing. Voorgaand onderzoek meet het perspectief meestal door het aantal Europese actoren versus het aantal nationale actoren vermeld in één nieuwsbericht tegen elkaar af te wegen. Ik heb in mijn codeboek geprobeerd nog andere elementen op te sommen die volgens mij ook een belangrijke indicatie kunnen zijn van het perspectief (ik nam mijn codeboek volledig op in de bijlage achteraan).

In deze masterproef wil ik geen normatieve uitspraken doen. Een Europees perspectief is niet 'beter' dan een nationaal perspectief of andersom. Beiden hebben voor- en nadelen. Zo zorgt een nationaal perspectief voor meer interesse en begrip bij de lezer (Baetens & Bursens, pp. 4-5). Aan de andere kant kan een nationaal perspectief de verticale Europeanisering – en bijgevolg het ontstaan van een *European public sphere* als democratische basis voor de EU – tegenwerken (Leconte, 2010, p. 212). Sterker nog, "an exclusively national perspective on EU issues may contribute to Euroscepticism" (Leconte, 2010, p. 218). Mensen die zich vooral

---

<sup>4</sup>Cursivering zoals in originele tekst.

identificeren met een nationaal of regionaal niveau waarden de EU ook minder (D'Hulster, 2015, p. 28) en de krant kan hierop inspelen. Maar ongeacht de normatieve implicaties, heeft de keuze van journalisten voor een bepaald perspectief wel gevolgen in de realiteit. Een sterk nationaal perspectief in de Franse media in 2005 had zo een effect op de uitslag van het referendum over de Europese grondwet (Leconte, 2010, pp. 213-214). En de Vreese en Schuck (2011) stellen dat wanneer een Europees perspectief in het nieuws over de Europese parlementsverkiezingen ontbreekt, dit parlement aan legitimiteit verliest omdat burgers hun Europese vertegenwoordigers niet ten verantwoording kunnen roepen (p. 268). Daarom is het dus belangrijk dat we nationale en Europese perspectieven in kaart brengen.

Uit verschillend onderzoek blijkt dat het EU-nieuws vooral een nationaal perspectief kent (zie bijvoorbeeld Boomgaarden et al., 2010; Maier & Maier, 2008; Leconte, 2010). Ook in België lijkt dit het geval. De Smedt et al. (2011a, 2011b) tonen bijvoorbeeld aan dat bij nieuwsitems over de EU in Vlaamse televisiejournals het grootste deel van de media-aandacht altijd gereserveerd is voor de Belgische – en dan nog meestal Vlaamse – politici. Zelfs al in 1984 zou het nationaal perspectief in de Vlaamse berichtgeving over de EU dominant zijn geweest (Leroy & Siune, 1994, p. 54).

Toch wijzen recentere bevindingen erop dat er de laatste jaren een toename was van nieuwsberichten met een Europees perspectief. Zo kwamen er in de weken voor de Europese verkiezingen van 2004 in het Belgische nieuws al meer Europese actoren aan bod dan bij de vorige verkiezingen in 1999 (Banducci et al., 2006, p. 492). Hoewel het nationaal perspectief in 2004 wel nog steeds domineerde, was er ten opzichte van 1999 wel in nagenoeg alle 25 lidstaten die Banducci en collega's onderzochten, een toename van Europese perspectieven (Banducci et al., 2006, p. 497). Maar vooral de studie van de Vreese en Schuck (2011) is toonaangevend. Zij onderzochten de mate waarin het nieuws over de Europese parlementsverkiezingen van 2009 een Europees perspectief kende en dit voor alle toenmalige 27 lidstaten en voor verschillende types media. Wat blijkt? Volgens hun bevindingen was er inderdaad een aanhoudende trend naar meer 'Europeanisering' van de berichtgeving (de Vreese & Schuck, 2011, p. 289). Vandaar de volgende hypothese:

***H3: Hoewel in de berichtgeving van De Standaard en Het Nieuwsblad over de EU een nationaal perspectief domineert, verwachten we tussen 2003 en 2017 een toegenomen 'Europeanisering' van de berichtgeving, waarbij het aandeel berichten met een Europees perspectief toenam doorheen de tijd.***

In hun studie stellen de Vreese en Schuck trouwens expliciet dat Europeanisering een proces is waarbij de verandering doorheen de tijd nog bestudeerd moet worden (de Vreese & Schuck, 2011, p. 291). Deze masterproef zal daaraan dus een bescheiden bijdrage leveren.

## **2.5. Personalisering**

Vervolgens kunnen we verwachten dat de algemene trend naar personalisering in de politieke verslaggeving zich ook doorzet in de berichtgeving over de Europese Unie. Het publiek beschouwt dat nieuws doorgaans als saai, complex en abstract. Meer aandacht voor gewone mensen of personen zoals de voorzitter van de Commissie zou dit kunnen veranderen en een groter publiek aanspreken. Personalisering van het EU-nieuws heeft dus als voordeel dat mensen het nieuws aantrekkelijker vinden en beter begrijpen, maar anderzijds bestaat het gevaar dat de complexiteit en nuance van het nieuws daarmee volledig vervalst (Baetens & Bursens, 2005). Aangezien onderzoekers nog maar weinig sluitend empirisch bewijs vonden



voor personalisering in de nieuwsmedia (Sheafer, Stanyer en Van Aelst, 2011), is het interessant dit als variabele mee op te nemen in mijn onderzoek.

Sheafer en collega's (2011) maken een onderscheid tussen twee soorten personalisering: individualisering (met meer focus op individuele politici dan op partijen of organisaties) en privatisering (met focus op het persoonlijke leven van een politicus los van de politiek). In deze masterproef zal ik enkel aandacht hebben voor het eerste type, aangezien in mijn ogen (nog) niet echt sprake is van privatisering bij Europese politici. Zij zijn te onbekend, divers en internationaal om in de media ook nog eens hun privéleven voorop te zetten. Van individualisering daarentegen lijkt wel sprake, zeker wanneer je dit kenmerk ervan opmerkt: "the political system is presented as the domain or battlefield of individual actors and little insight is given to more fundamental power structures" (Sheafer et al., 2011, p. 206). Denk maar aan hoe de Europese Raad het EU-nieuws vaak domineert terwijl die Raad zelf meestal wordt voorgesteld als een *trade-off* tussen enkele bekende staatshoofden die altijd erg veel media-aandacht krijgen. Vooral na de intrede van het Verdrag van Lissabon in 2009 zouden we een toegenomen personalisering moeten zien, omdat de EU vanaf dan de functie van voorzitter van de Europese Raad (de Europese 'president') invoerde. De Smedt et al. (2011a) wezen er al op dat de persoon in deze functie op ruime aandacht kan rekenen en fungeert als het "gezicht" van de Europese Unie (p. 8). Uiteindelijk formuleer ik de volgende hypothese:

**H4:** *Van 2003 tot 2017 verwachten we in de nieuwsberichten van De Standaard en Het Nieuwsblad over de EU een algemene trend naar meer personalisering (individualisering), waarbij steeds meer individuele politici en personen worden geteld ten koste van organisaties, instellingen of partijen.*

Aangezien ik vanwege de visuele aard van televisie daar meer personalisering verwacht dan in kranten, vormt mijn onderzoek ook voor deze variabele een conservatieve test.

## **2.6. Thema**

Een laatste element van het EU-nieuws dat ik zal analyseren, behandelt het thema van elk nieuwsbericht of de "issue topics" (Norris, 2000, p. 186). Berichten de Vlaamse kranten vooral over de economische gevolgen van de EU of liever over thema's zoals een gemeenschappelijke identiteit of zelfs entertainment? Ook dit kan een effect op het publiek hebben. Wanneer journalisten in Vlaamse kranten bijvoorbeeld nauwelijks spreken over de werking van de Europese instituties of besluitvormingsprocessen kan dit mogelijk bijdragen aan de perceptie van een ondemocratische werking. En als de media niet berichten over de positieve gevolgen van de Unie voor haar burgers, dan kunnen die hier niet van op de hoogte zijn en verliest de EU aan legitimiteit (Baetens & Bursens, 2005). Bovendien versterkt een dominantie van abstracte, economische thema's mogelijk nog meer de kloof tussen burger en EU (De Smedt et al., 2011a, p. 6).

Toch zijn auteurs het eens dat het meeste nieuws inderdaad economisch van aard is (De Smedt et al., 2011a, p. 6; Norris, 2000, p. 190; 't Lam, 2012, p. 221). Vlaamse televisiejournaals zouden tussen 2003 en 2010 ook weinig hebben bijgedragen aan de kennis van mensen over de EU omdat men vooral berichtte over "wat de EU *doet* in plaats van wat de EU *is*"<sup>5</sup> (De Smedt et al., 2011a, p. 5). Op basis van de actualiteit tussen 2003 en 2017 kunnen we wel nog enkele voorzichtige veronderstellingen doen. Zo leidde de bankencrisis mogelijk tot meer economisch EU-nieuws in 2008. En migratie zal een veelvoorkomend thema

---

<sup>5</sup>Cursivering zoals in de originele tekst.

zijn in 2013, 2014 en 2015 omdat de vluchtelingencrisis Europa vooral toen in de greep hield. Toch is het nog niet duidelijk welke veranderingen we precies mogen verwachten tussen 2003 en 2017. Krijgen we bijvoorbeeld vanwege de commercialisering van kranten meer entertainende onderwerpen voorgeschoteld? Bovendien kunnen thema's per land erg verschillen: de Spaanse pers gebruikt bijvoorbeeld veel minder een economische *framing* als het gaat over de EU (Gray en Medrano, 2010, p. 206). Bijgevolg zal de volgende hypothese eerder exploratief van aard zijn:

**H5:** *Van 2003 tot 2017 verwachten we dat er in de berichtgeving van De Standaard en Het Nieuwsblad over de EU verschillende thema's domineren op verschillende momenten in de tijd.*

## **2.7. Verschillen kwaliteitskrant en populaire krant**

Uit de literatuur blijkt steevast dat voor al deze variabelen belangrijke verschillen bestaan tussen de kwaliteitskranten en populaire kranten. Daarom bestudeer ik artikels uit beide soorten: *De Standaard* geldt als kwaliteitskrant en *Het Nieuwsblad* als populaire tegenhanger. Waarom ik precies deze koos, komt uitgebreid aan bod in het volgende deel van deze scriptie. Nu bespreek ik kort de verschillen die ik verwacht te vinden tussen beide.

### **2.7.1. Hoeveelheid**

Uit al het vergelijkend onderzoek blijkt systematisch dat kwaliteitskranten meer over de Europese Unie berichten dan populaire bladen (Banducci et al., 2006; Azrout et al., 2013; Kalkhoven, 2009; Semetko & Valkenburg, 2000; 't Lam, 2012). Populaire kranten schrijven ook minder diepgaande analyses en nemen vaak berichten over de EU gewoon over van persagentschappen (Kalkhoven, 2009, p. 77). Het verschil in hoeveelheid doet zich trouwens ook voor op televisie tussen publieke en commerciële omroepen (Banducci et al., 2006). In België bericht de VRT zo systematisch méér over de EU dan VTM (De Smedt et al., 2011a, 2011b).

Vermoedelijk is het doelpubliek van kwaliteitskranten – volgens 't Lam (2012) hoger opgeleid en meer politiek geïnteresseerd – meer geïnteresseerd in deze abstracte politieke instelling dan het doelpubliek van populaire kranten. Er manifesteert zich daarom steeds meer een kenniskloof tussen beide publieken ('t Lam, 2012, p. 223).

### **2.7.2. Toon**

Maar ook de evaluatieve toon over Europa verschilt per type krant. Van kwaliteitskranten is al bewezen dat ze positiever (of minder negatief) over de EU berichten dan populaire kranten (Banducci et al., 2006; 't Lam, 2012; Trenz, 2008). In dezelfde lijn kan men ook stellen dat kwaliteitskranten eerder pro-Europees zijn en de populaire kranten anti-Europees (Leconte, 2010; Trenz, 2008). Hoogopgeleiden zijn ook vaker pro-Europa terwijl lager opgeleiden vaker anti-EU zijn (dit blijkt bijvoorbeeld uit onderzoek voor de brexit, zie Goodwin & Milazzo, 2015). Vermoedelijk houden beide types kranten dan ook vooral hun eigen doelpubliek tevreden. Daarnaast past negativiteit beter binnen de marktstrategie van populaire kranten. Berganza et al. (2012) stellen het als volgt: "(...) negativity is more 'marketable' than positive news as it is more eye-catching, adds drama, stimulates interest, and is easy to understand even by uninformed audiences" (p.182). Interessant is trouwens dat men volgens Leconte (2010) het internet naast de populaire dagbladen kan plaatsen. Tegen de mainstream media in zou het internet een platform bieden aan eurosceptici omdat deze er beter dan hun tegenstanders in slagen zich het medium eigen te maken (Leconte, 2010, p. 201).

Natuurlijk is de opdeling tussen pro-Europese kwaliteitskranten en anti-Europese populaire kranten en hun publieken gedeeltelijk kunstmatig. De werkelijkheid is complexer en vermoedelijk hebben lezers nog andere motieven om een bepaalde krant te kiezen. Kalkhoven vond bijvoorbeeld een geval waarin een Nederlandse kwaliteitskrant eurosceptischer over de EU berichtte dan haar populaire tegenhanger (Kalkhoven, 2009, p. 57). Bovendien betekent een pro-Europese houding niet per definitie dat kwaliteitsmedia een correcter beeld schetsen van de EU (Leconte, 2010, pp. 198-201). Om het onderscheid in mijn masterproef echter duidelijk te kunnen beschrijven, behoud ik deze opdeling.

### 2.7.3. Perspectief

Verder berichten kwaliteitskranten (en publieke omroepen) meer vanuit een Europees perspectief dan populaire kranten (en commerciële omroepen) (de Vreese & Schuck, 2011). De populaire dagbladen hanteren vaker een nationaal perspectief. Een mogelijke verklaring hiervoor is dat het hoogopgeleide, geïnteresseerde publiek van kwaliteitskranten meer moeite wil investeren in een 'moeilijk', abstract nieuwsbericht dat niet altijd een referentie naar eigen land bevat. Die hoogopgeleide, pro-Europese lezers verwachten veel informatie over de EU en deelname aan het brede Europese debat (conform de *European public sphere*). Het publiek van populaire kranten wil dan vooral een begrijpelijk nieuwsbericht over eigen land lezen.

### 2.7.4. Personalisering

Hoewel hier nog geen sluitende conclusies over bestaan, kunnen we vanwege de klemtoon op verschillende nieuwswaarden ook meer personalisering verwachten in populaire kranten ('t Lam, 2012, p. 88). De personalisering van nieuwsonderwerpen is immers een kenmerk van *tabloids* (Debackere, Hautekeette en Peersman, 2002, p. 345). Dit maakt het nieuwsbericht aantrekkelijk en concreet: dat is nodig bij een ongeïnteresseerd publiek.

### 2.7.5. Thema

Tot slot zullen er thematische verschillen zijn. Zo leggen kwaliteitskranten de nadruk op 'hard nieuws' zoals politiek en economie (Semetko & Valkenburg, 2000, p. 106) en voorzien ze dat ook van meer duiding en analyse (Beckers<sup>6</sup> et al., 2017, p. 5; 't Lam, 2012, p. 88). Ook institutionele en internationale zaken komen er meer aan bod ('t Lam, 2012, p. 226). Populaire kranten focussen daarentegen meer op 'zacht nieuws' zoals sport, entertainment en schandaalverhalen (Beckers et al., 2017, p. 5; 't Lam, 2012, p. 88). Debackere et al. (2002) schetsen duidelijk het verschil:

Een kwaliteitskrant brengt voornamelijk nieuws met een '*vertraagde beloning*'. Het begrijpen van politiek, economie, wetenschap, ... vergt een zekere inspanning van de lezer. Hij moet erover nadenken en ervaart *informatiepijn*. Het lezen over misdaad, sport, rampen, faits divers, ... vraagt daarentegen weinig inspanning van de lezer en veroorzaakt een *informatieplezier*. Deze nieuwsoorten bieden een '*onmiddellijke beloning*'.<sup>7</sup> (p. 351)

### 2.7.6. Samenvatting verschillen

Kortom: voor elk van mijn variabelen kunnen we een verschil verwachten tussen de kwaliteitskrant *De Standaard* en de populaire krant *Het Nieuwsblad*. Enkel de cyclische aard

---

<sup>6</sup>Vanwege het grote aantal auteurs noem ik hier meteen enkel de eerste auteur.

<sup>7</sup>Cursivering zoals in originele tekst.

van de berichtgeving is vermoedelijk dezelfde. Daarbovenop zou het kunnen dat deze verschillen nog sterker worden doorheen de tijd, aangezien longitudinaal onderzoek naar Vlaamse dagbladen concludeerde dat de kloof tussen beide types kranten steeds toeneemt (Debackere et al., 2002, p. 365). Uiteindelijk komen we tot de laatste hypothese:

**H6:** *De Standaard bericht als kwaliteitskrant méér over de EU, met een meer positieve (minder negatieve) toon en een meer Europees perspectief (minder nationaal perspectief) dan het populaire dagblad Het Nieuwsblad. In Het Nieuwsblad komt meer personalisering voor dan in De Standaard. De Standaard belicht meer 'harde' (bv. economie en politiek) thema's terwijl bij Het Nieuwsblad meer 'zachte' (bv. cultuur) thema's aan bod komen.*

## 2.8. Samenvatting hypothesen

Voor de periode 1991-2001 werden gelijkaardige factoren in België al onderzocht door Marleen Baetens en Peter Bursens (2005). Samengevat concludeerden zij onder andere het volgende:

De EU-berichtgeving is schaars en verschijnt onregelmatig, naar aanleiding van een Europese top of schandaal. De uitgebreide berichtgeving in deze periodes kan niet compenseren voor het algemene tekort aan informatie. Duiding en analyse zijn beperkt en negatief nieuws wordt overbelicht. De meeste berichten vermelden aspecten van het Europese beleid, maar slechts zelden is dit het hoofdthema van een artikel of nieuwsitem. Wel gaat er aandacht uit naar de rol van specifieke Europese instellingen. De evaluatie van de nieuwswaarden nationalisering en personificatie is gemengd. (Baetens & Bursens, 2005, p. 5)

Mijn eigen verwachtingen lopen deels gelijk met deze conclusies. Het zal echter interessant zijn te zien of deze vaststellingen ook blijven gelden voor de periode 2003 tot en met 2017. Dit was immers een periode van grote veranderingen, zowel voor de EU (met toetredingen, referenda over een Europese grondwet, de nu al historische brexit), als voor de media (met toegenomen concentratie, meer commercialisering en crisisperiode voor de traditionele media). Tot slot vat ik alle hypothesen samen in de onderstaande tabel.

[Tabel 1: Samenvatting hypothesen](#)

Samenvatting hypothesen	
H1	Weinig berichtgeving, maar stijging van hoeveelheid doorheen de tijd
H2	Overwegend neutrale berichtgeving, maar stijging negativiteit doorheen de tijd
H3	Overwegend nationaal perspectief, maar toename Europees perspectief doorheen de tijd
H4	Algemene personaliseringstrend
H5	Verschillende thema's domineren op verschillende momenten in de tijd
H6	De Standaard bericht méér, minder negatief, meer Europees, minder gepersonaliseerd over de EU dan Het Nieuwsblad. De Standaard bevat andere thema's dan Het Nieuwsblad.

Bron: eigen samenstelling

## DEEL III: OPERATIONALISERING

### **1. DATA**

#### **1.1. Selectie data**

Ik besloot dit onderzoek te voeren aan de hand van krantenberichten en geen televisie-items. Beide vormen de belangrijkste informatiebronnen voor burgers over de EU (Desmet et al., 2015, p. 3184). Maar televisieberichtgeving over de EU werd al veel onderzocht. Bovendien stelt 't Lam (2012): "In contrast to other mainstream mass media, only newspapers produce a substantive flow of reporting about the EU" (p. 21). Kranten zijn dus uitermate geschikt voor een langetermijnperspectief.

Om dit langetermijnperspectief ten volle te kunnen benutten, selecteerde ik slechts twee kranten. Ik koos zowel een kwaliteitskrant (*De Standaard*) als een populaire krant (*Het Nieuwsblad*). Dit was nodig omdat er qua berichtgeving over de EU grote verschillen bestaan tussen beide types kranten (zie eerder). Uiteindelijk koos ik voor *De Standaard* en *Het Nieuwsblad* omdat Mediahuis de beide kranten uitgeeft. Bijgevolg brengen ze in theorie dezelfde inhoud over de Europese Unie. Controleren voor partij-affiliaties van kranten is binnen de context van het huidige Vlaamse mediasysteem niet noodzakelijk omdat deze verschillen bijna niet meer relevant zijn (ook volgens De Bens & Raeymaeckers, 2007, p. 96) en bovendien doorsneden worden door de veel grotere verschillen tussen kwaliteits- en populaire kranten. In paragraaf 1.3. van dit deel ga ik kort in op de plaats die beide kranten vervullen in het Vlaamse medialandschap.

Voor dit onderzoek selecteerde ik 465 artikels die de Europese Unie als belangrijkste onderwerp hadden. Dat aantal is genoeg om beperkte kwantitatieve vaststellingen mee te doen, maar anderzijds zijn dit niet zoveel nieuwsberichten dat een gedetailleerde dieptelezing onmogelijk werd. Hoe kwam ik aan deze 465 artikels? Nadat ik mijn sample had bepaald en de weken had afgebakend waarvan ik alle beschikbare artikels zou selecteren (zie verder), zocht ik in Gopress Academic de nieuwsberichten over de EU die op deze data verschenen in *De Standaard* en *Het Nieuwsblad*. Daarvoor gebruikte ik de vermelding van "EU" of "Europese Unie" in de titel of de inleiding als het belangrijkste criterium voor selectie. Op deze manier ben ik zeker dat ik alle artikels waarbij de EU het hoofdonderwerp vormt ook echt in mijn selectie heb opgenomen. Zowel Boomgaarden en collega's (2008) als Kalkhoven (2009) en 't Lam (2012) gebruikten eerder al dezelfde selectiemethode. De artikels die de EU wel in de titel of inleiding vermeldden, maar hier niet hoofdzakelijk over handelden, sloot ik uit op basis van een eerste snelle lezing.

Dit betekent echter niet dat ik kan garanderen dat ik alle artikels van de gekozen periode die (ook maar deels) handelen over de EU, in mijn steekproef heb opgenomen. Wanneer een nieuwsbericht wel over de Europese Unie handelt maar die niet in de inleiding of de titel zou vermelden, zit dit nieuwsbericht immers niet mee in de selectie. Maar artikels waarin de EU slechts sporadisch aan bod komt, leken me voor dit onderzoek ook minder relevant. Een andere beperking van mijn selectie is dat ik me beperk tot nieuwsberichten en nieuwsanalyses. Opiniestukken, columns en interviews sloot ik dus uit van de selectie. Het gaat me immers vooral om de berichtgeving waarvan het publiek zou verwachten dat deze objectief en informerend is. Trenz analyseerde bijvoorbeeld wel editoriale teksten: hij stelt dat die een erg

actieve rol uitoefenen bij het bewust beïnvloeden van de publieke opinie (Trenz, 2007, pp. 89-90). Verder beperk ik me met Gopress tot de gedrukte pers. Online nieuwsberichten vallen dus buiten het bestek van dit onderzoek. Vervolgens was een ander moeilijk punt bij de selectie: wat valt onder 'EU-nieuws'? Wat is nieuws over Europa of de Europese Unie en wat niet? Doordat nationaal nieuws en Europees nieuws vaak met elkaar gemengd zijn, is het immers soms moeilijk een duidelijke scheidingslijn te trekken. De Vreese haalt bijvoorbeeld terecht aan dat er een onderscheid bestaat tussen nieuws dat enkel en alleen de EU behandelt en binnenlands nieuws met een Europese dimensie (de Vreese, 2001, p. 284). Mijn onderzoek bevat beide soorten nieuws. Daarbij is het wel erg interessant op te merken dat de eerste soort overeenkomsten vertoont met een 'Europees' perspectief en de tweede met een 'nationaal' perspectief. Om EU-nieuws af te bakenen, sloot ik me voor dit onderzoek aan bij de definitie van Peter en de Vreese (2004):

Coverage of the EU can be defined as coverage that addresses EU policies and politics, EU institutions and politicians, or events at the EU level. This definition encompasses stories dealing with obvious EU issues (e.g., EU enlargement, common agricultural policy). The definition also integrates stories about issues not inherently associated with the EU (e.g., immigration, defense), if EU policies, EU institutions, or EU politicians are essential components of the story. (p.5)

De zwakke punten van de selectie probeerde ik tot slot zo veel mogelijk te compenseren met een goede *sampling* (zie volgende paragraaf). Bovendien geloof ik dat ik de meeste artikels waarin de EU aan bod kwam, ook daadwerkelijk in mijn steekproef heb kunnen opnemen.

## **1.2. Steekproef**

Omdat ik kwantitatieve vaststellingen wil doen, moest ik zorgen dat alle artikels een representatieve steekproef vormden. Daarom heb ik mijn steekproef genomen als een *constructed sample*, waarbij ik per kalenderjaar acht willekeurige weken koos, telkens uit verschillende maanden. Zo bekom ik een maximale spreiding van de gehele periode. Om de selectie zo willekeurig mogelijk te houden, volgde ik hierbij de gewone opeenvolging van maanden en weken. Dit soort steekproef is de meest geschikte om lange tijdsperiodes te bestuderen en om tijdsperiodes met elkaar te kunnen vergelijken.<sup>8</sup> Van elke week selecteerde ik dan telkens alle artikels die de EU als hoofdonderwerp hadden op de manier die ik hierboven beschreef.

Binnen de gehele periode wil ik twee periodes met elkaar vergelijken. De eerste periode loopt van 2003 tot en met 2008 en de tweede periode van 2012 tot en met 2017. Elke periode bestaat dus uit zes jaartallen. De jaren 2009, 2010 en 2011 heb ik niet mee opgenomen in de steekproef, zodat deze jaartallen als scheidingslijn dienen. Door enkele jaren weg te laten is het makkelijker een evolutie te zien en is deze evolutie ook relevanter. Dat de jaren 2009-2011 niet in de steekproef zitten, zou inhoudelijk geen probleem mogen vormen, want Azrout en collega's (2013) haalden aan dat 2009 juist een breukjaar zou kunnen zijn in de EU-berichtgeving. Deze zou sinds 2009 minder marginaal en minder nationaal georiënteerd zijn (Azrout et al., 2013, p. 609). Bovendien kende de EU vanaf 2010 de eerste voorzitter van de Europese Raad (de Europese 'president'), waardoor we vanaf dan meer nadruk op personen in de berichtgeving kunnen verwachten. Dat ik deze drie jaartallen niet mee in de steekproef opnam zou daarom net kunnen helpen evoluties beter in kaart te brengen. Ik houd daardoor

---

<sup>8</sup>Bron: college Content Analysis binnen de masteropleiding Politieke Communicatie.

wel grotendeels geen rekening met bepaalde mogelijke effecten van de financiële crisis (bijvoorbeeld meer economische berichtgeving tussen 2009 en 2011). Niettemin zou het erg interessant zijn om in een apart onderzoek bijvoorbeeld specifiek in te zoomen op de EU-berichtgeving tijdens deze periode.

Daarnaast selecteerde ik voor beide periodes exact dezelfde weken om de representativiteit van de resultaten maximaal te houden. Van elke krant nam ik ook steeds dezelfde weken om de berichtgeving van beide kranten met elkaar te kunnen vergelijken. Om alles te verduidelijken, verwijs ik naar het schema in bijlage 1. Dit geeft aan welke weken ik van elk jaar selecteerde en welke Europese gebeurtenis toen mogelijk in de media kwam. De weken en maanden in het rood wijken af van de opeenvolging en zijn weken die ik bewust selecteerde om een goede afwisseling te bekomen tussen routineperiodes en eventperiodes. Op die manier bekwam ik mits een minimaal aantal bewuste aanpassingen toch een willekeurige steekproef die een representatieve vergelijking tussen beide periodes toelaat. Zowel de eerste als de tweede periode bevatten bijvoorbeeld een Europese parlementsverkiezing en enkele uitzonderlijke toppen. Tenslotte omvatten beide periodes elk 16 weken waarin een belangrijke gebeurtenis plaatsvond en 32 weken waarin geen belangrijke gebeurtenis plaatsvond.

De gebeurtenissen die ik beschouwde als *key events* zijn onder andere die waarvan uit eerder onderzoek van Boomgaarden en collega's (2010) bleek dat deze zorgen voor een significante toename in de hoeveelheid EU-berichtgeving: institutionele gebeurtenissen (zoals de ondertekening van het Verdrag van Lissabon), Europese parlementsverkiezingen, toetredingen van nieuwe lidstaten, nationale referenda over de EU en bijeenkomsten van de Europese Raad (Boomgaarden et al., 2010, pp. 515-516). Voor de gehele lijst van *key events* tijdens mijn onderzochte periode verwijs ik nogmaals naar de eerste bijlage.

### **1.3. De Standaard en Het Nieuwsblad binnen de context van de Vlaamse lezersmarkt**

*De Standaard* en *Het Nieuwsblad* zijn beide in handen van Mediahuis (vroeger Corelio). Ik koos deze omdat *Het Nieuwsblad* de rechtstreekse "populaire tegenhanger" is van *De Standaard* en beide kranten zich richten "tot een ander segment lezers" (De Bens & Raeymaeckers, 2007, p. 311). Zo profileert *Het Nieuwsblad* zich op het regionale en sportnieuws, maar is het politieke en buitenlandnieuws (waaronder het EU-nieuws) er veel minder aanwezig (De Bens & Raeymaeckers, 2007, p. 311).

Opvallend is dat *Het Nieuwsblad* bijna drie keer zoveel oplages heeft als *De Standaard*: uit cijfers van 2005 blijkt bijvoorbeeld dat *De Standaard* een oplage had van 98 690 terwijl *Het Nieuwsblad* maar liefst 263 937 uitgaves kende (De Bens & Raeymaeckers, 2007, p. 78). Op *Het Laatste Nieuws* na was *Het Nieuwsblad* dat jaar zelfs de bestverkochte krant van alle Nederlandstalige én Franstalige kranten in België (De Bens & Raeymaeckers, 2007, p. 130). *Het Nieuwsblad* werd dus meer verspreid en door een groter publiek gelezen dan *De Standaard*. Bovendien reikt de invloed van *Het Nieuwsblad* nog verder dan de verkoopcijfers doen vermoeden, aangezien deze krant een hoog bereik heeft en meerdere personen dus vaker hetzelfde exemplaar van de krant lezen (De Bens & Raeymaeckers, 2007, p. 129). Daarentegen haalt *De Standaard* vooral inkomsten binnen uit abonnementen, wat betekent dat *De Standaard* eerder dan *Het Nieuwsblad* een (kleinere) groep trouwe lezers heeft. Dat zijn dan weer vaker mensen met de hoogste inkomens, terwijl de lezers van *Het Nieuwsblad* uit alle sociale lagen komen, behalve de hoogste (De Bens & Raeymaeckers, 2007, p. 320). Beide kranten hebben tot slot lezers van alle leeftijden.

Aangezien uit eerder onderzoek van Beckers en collega's (2017) blijkt dat *De Standaard* en *Het Nieuwsblad* tussen 1983 en 2013 qua inhoud erg sterk correleerden met elkaar – en dat er dus een lange traditie van samenwerking heerst tussen de redacties (Beckers et al., 2017, p. 10) – zullen we met deze masterproef een goed beeld krijgen van hoe men hetzelfde nieuws over Europa aanpast aan het publiek van zowel populaire als kwaliteitskranten.

## 2. METHODE

### 2.1. Variabelen en codeboek

Om de verschillende deelvragen te kunnen beantwoorden, ontwikkelde ik verschillende variabelen. In de onderstaande tabel is te zien welke variabele past bij welke hypothese.

Tabel 2: Variabelen per hypothese

Hypothese	Variabele
H2	Algemene toon Specifieke toon
H3	Perspectief
H4	Aantal personen Aantal instellingen Personalisering
H5	Thema

Bron: eigen samenstelling

De variabelen 'algemene toon' en 'specifieke toon' komen overeen met de twee concepten van Berganza et al. (2012) zoals beschreven in de literatuurstudie, waarbij de eerste variabele de algehele toon van het artikel omvat en de tweede enkel de specifieke toon gericht tegen de Europese Unie. Voor meer details en de concrete operationalisering van alle variabelen verwijst ik naar het codeboek in bijlage 3.

Voor de eerste hypothese (hoeveelheid berichtgeving) en de laatste hypothese (verschillen tussen types kranten) was het niet nodig extra variabelen aan te maken. De hoeveelheid berichtgeving bestudeerde ik immers aan de hand van het aantal artikels per jaar en de verschillen tussen *De Standaard* en *Het Nieuwsblad* kon ik bestuderen doordat ik werkte met aparte codesheets per krant.

Nadat ik de variabelen en een eerste versie van het codeboek opstelde, voerde ik een *pilot study* uit met 30 willekeurige artikels (niet in de steekproef). Op die manier kreeg ik inzicht in de werkbaarheid van de variabelen en kon ik het codeboek aanpassen en verder aanvullen. Daarna volgde nog een reeks verbeteringen aan de hand van feedback. Uiteindelijk bekwam ik zo mijn definitieve codeboek, dat integraal in de bijlage achteraan te vinden is en waarmee ik de uiteindelijke inhoudsanalyse uitvoerde.

### 2.2. Intercodeurbetrouwbaarheid

Voor de intercodeurbetrouwbaarheidstest koos ik een tweede codeur die, net zoals de gemiddelde Belg, relatief weinig voorkennis had over de Europese Unie. De achterliggende motivatie was dat ik mijn codeboek daarom zo diende op te stellen dat het ook gebruikt kan worden door iemand met weinig of geen kennis over de EU en dat het onderzoek daardoor breed herhaalbaar is.



De eigenlijke test verliep in twee fases. Bij de eerste fase codeerden de tweede codeur en ik dezelfde willekeurige 30 artikels (verspreid over de periode en de twee kranten). Voor alle variabelen bleek de krippendorff's alpha voldoende te zijn, behalve voor 'algemene toon'.<sup>9</sup> Dit komt vermoedelijk doordat de algemene toon van de artikels volgens een erg scheve verdeling verloopt (namelijk: veel neutrale artikels en relatief weinig positieve/negatieve artikels). Uit eerder onderzoek blijkt al dat de alpha dan een erg lage waarde kan aannemen indien de zeldzame categorieën niet juist werden gecodeerd (Lacy, Lovejoy, Riffe, & Watson, 2015, p. 798). Volgens mij is dit ook de reden waarom de latente variabele 'perspectief' juist een onverwacht hoge waarde bereikt: bij deze variabele had de tweede codeur de erg zeldzame categorie '0' (geen perspectief) immers net wel correct gecodeerd.

Vervolgens deden we een tweede test, enkel voor de variabele 'algemene toon'. Daarvoor gaf ik de tweede codeur extra uitleg over deze variabele en paste ik mijn codeboek aan. Na de test bleek de waarde voor alpha al beter te zijn dan bij de eerste poging, hoewel nog steeds niet optimaal.<sup>10</sup> Daarom kunnen we bij de interpretatie van deze variabele bij de resultaten toch best erg voorzichtig zijn.

### **2.3. Analyse**

Ik codeerde de artikels van *De Standaard* en *Het Nieuwsblad* in twee aparte codesheets. Voor elke variabele telde ik hoe vaak een codering voorkwam, en dit zowel per jaar voor elke krant als in het totaal voor elke krant. Op die manier beschik ik over aparte gegevens voor beide kranten die ik desgewenst bij elkaar kan voegen. Ik koos ervoor om de resultaten in het volgende deel voornamelijk in relatieve cijfers uit de doeken te doen. Dit bleek nodig om elk jaartal – waarbij er voor sommige jaren veel meer artikels beschikbaar waren dan voor andere – en elke krant en periode representatief met elkaar te kunnen vergelijken.

Aangezien de opzet van dit onderzoek in de eerste plaats beschrijvend is, deed ik beperkte kwantitatieve analyses. In het volgende deel bespreek ik eerst die analyses per hypothese en probeer ik deze meteen van een verklaring te voorzien. Vervolgens bespreek ik in het kwalitatieve luik van deze scriptie de resultaten op microniveau. Bovendien gebruik ik daarbij een comparatieve opzet om de verschillen tussen de twee periodes en tussen de twee kranten verder uit te diepen.

---

<sup>9</sup>Krippendorff's alpha voor elke variabele bij eerste test: algemene toon: 0.48 / specifieke toon: 0.69 / thema: 0.96 / perspectief: 0.86 / aantal personen: 0.98 / aantal instellingen: 0.70 / personalisering: 0.80

<sup>10</sup>Krippendorff's alpha voor de variabele 'algemene toon' na tweede poging: 0.59

## DEEL IV: RESULTATEN EN BESPREKING

### **1. KWANTITATIEVE LUIK**

#### **1.1. Cyclische berichtgeving**

De hoeveelheid berichtgeving over de EU leek tussen 2003 en 2017 inderdaad op en neer te gaan naargelang de afwisseling van eventperiodes en routineperiodes, hoewel enige nuance op zijn plaats is. Vaak vond ik inderdaad meer artikels dan gewoonlijk wanneer er een *key event* op de Europese agenda stond, zoals de Europese parlementsverkiezingen van juni 2004 en mei 2014, de referenda over de grondwet in Frankrijk (mei 2005) en Nederland (juni 2005) of de ondertekening van het Verdrag van Lissabon in december 2007. Europese toppen lijken echter doorgaans niet meer artikels op te leveren dan tijdens een routineperiode; aan de andere kant springen sommige toppen er dan weer uit (zo zorgden een Europese top in februari 2016 en een speciale top over de brexit in juni 2017 wel voor beduidend meer media-aandacht). De systematiek lijkt er dus vooral in te zitten dat erg 'speciale' *events* inderdaad zorgen voor grote opstoten van media-aandacht, terwijl de Europese top (vier keer per jaar) mogelijk al zo ingeburgerd is dat deze als minder bijzonder wordt aanzien en daarom minder aandacht krijgt. Deze conclusie sluit ook aan bij de bevinding van Boomgaarden en collega's (2010) dat vooral bijzondere *events* die niet zo frequent voorkomen de zichtbaarheid van het EU-nieuws sterk verhogen (Boomgaarden et al., 2010, p. 518). De *key events* die tijdens mijn onderzoeksperiode de meeste artikels genereerden waren trouwens allemaal relatief unieke gebeurtenissen zoals de referenda over de afgekeurde Europese grondwet en het brexitreferendum.

Waarom springen deze eruit? Zorgden deze gebeurtenissen voor extra media-aandacht omdat dit *events* zijn die sterk leven bij de Europese bevolking of omdat dit telkens grote crisismomenten waren voor de EU? Vooral de enorme piek in het aantal artikels door het brexitreferendum van 23 juni 2016 – zie ook verder – kan erop wijzen dat men vooral tijdens crisisperiodes méér gaat berichten over de EU. De berichtgeving tijdens de vluchtelingencrisis bevestigt dit: ook de speciale Europese top over migratie in april 2015 zorgde voor meer berichtgeving. Tijdens 'bloeiperiodes' vinden journalisten het daarentegen misschien minder de moeite waard om uitgebreid te berichten over de EU. Dit zou het geval kunnen zijn omdat de traditionele nieuwswaarden die journalisten hanteren bij hun nieuwsselectie (zoals conflict en drama) minder aanwezig zijn tijdens een bloeiperiode van de EU – of anders gezegd: tijdens de afwezigheid van een crisis. Gedurende een crisisperiode zijn zulke nieuwswaarden juist permanent acuut aanwezig. De bekende zegswijze dat Europa juist groeit en bloeit door haar crisissen lijkt dus in zekere mate ook van toepassing op de berichtgeving. Uiteraard heeft dit belangrijke implicaties: als de media enkel veel over de EU berichten tijdens crisisperiodes, gaan mensen sneller negatieve connotaties hechten aan Europa en zijn ze amper op de hoogte van de Europese Unie wanneer die niet in crisis verkeert.

#### **1.2. Hypothese 1**

Wat allereerst opvalt aan de hoeveelheid artikels is dat die inderdaad relatief laag blijkt. Zo vond ik voor beide kranten samen slechts gemiddeld zo'n 39 artikels per jaar. (Houd hierbij wel in het achterhoofd dat ik telkens slechts acht weken per jaar in de steekproef opnam. Het gaat dus niet om de totale berichtgeving die dat jaar verscheen.) Bovendien is dit gemiddelde

nog vertekend door het erg hoge aantal artikels uit het jaar 2016. In totaal vond ik 465 nieuwsberichten over de EU verspreid over de 96 weken van mijn steekproef. Dat is erg weinig, zeker wanneer je dat aantal vergelijkt met de 963 artikels die Kalkhoven (2009) verzamelde met een gelijkaardige selectie. Hij selecteerde dit aantal eveneens uit twee kranten, maar verspreid over een periode van in totaal ongeveer 8 maanden; dus slechts zo'n 32 weken (Kalkhoven, 2009, p. 50). Het eerste gedeelte van de hypothese, namelijk dat er weinig EU-berichtgeving was, kunnen we dus al bevestigen. In bijlage 2 maakte ik een overzichtstabel die het aantal gevonden artikels voor elk jaar (dus het totaal van telkens acht weken) per krant nog eens op een rij zet. De onderstaande tabel vat het aantal artikels alvast samen per krant en per periode.

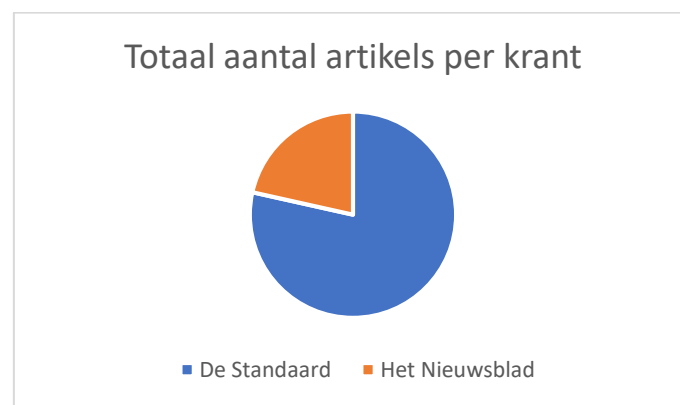
Tabel 3: Totaal aantal artikels per krant en per periode

	Periode 1	Periode 2	TOTAAL
<b>De Standaard</b>	189	176	<b>365</b>
<b>Het Nieuwsblad</b>	34	66	<b>100</b>
<b>TOTAAL</b>	<b>223</b>	<b>242</b>	<b>465</b>

Bron: eigen samenstelling

Uit deze tabel is af te leiden dat *De Standaard* verantwoordelijk is voor het merendeel van de artikels, terwijl *Het Nieuwsblad* veel minder berichtte over de Europese Unie. Dit bevestigt wat eerder onderzoek naar ook Nederlandse kranten al uitwees: kwaliteitskranten berichten veel meer over de EU dan populaire kranten (Kalkhoven, 2009, pp. 52-53). Bovendien komt ook de verhouding tussen beide grotendeels overeen met de verhouding die Kalkhoven vond tussen zijn kranten: hij vond 801 artikels in de kwaliteitskrant en 162 in de populaire krant (Kalkhoven, 2009, p. 52). Dat ligt in de lijn van de 365 nieuwsberichten uit *De Standaard* versus de 100 nieuwsberichten uit *Het Nieuwsblad* die ik bekwam. Voor enkele jaren vond ik bij *Het Nieuwsblad* over de geselecteerde weken zelfs maar één artikel dat handelde over Europa. De onderstaande figuur brengt dit grote onevenwicht visueel in beeld:

Figuur 1: Totaal aantal artikels per krant



Bron: eigen samenstelling

Dit verschil is onder andere een gevolg van de interne journalistieke factoren die ik al eerder vermeldde in de literatuurstudie. Zo investeert *De Standaard* als kwaliteitskrant meer in het Europees nieuws dan *Het Nieuwsblad*, dat als populaire krant hieraan niet de prioriteit geeft. Statham (2010) vat dit goed samen:

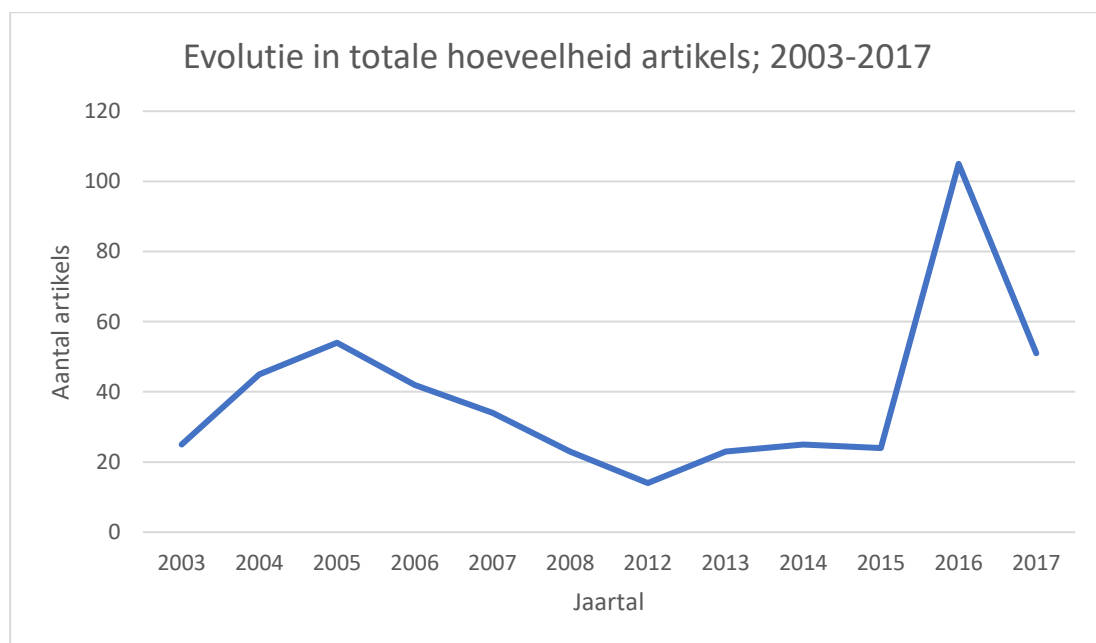
If news organizations do not prioritize European coverage, journalists may have limited possibilities for gathering information and building up topical knowledge, for example as a result of a lack of funding for investigations and research or simply by not being

present in Brussels. In addition, the status of European news within a news organization, and its editorial line, will impact on a journalist's ability to successfully place a European story or angle within the limited news space available. (p.138)

*De Standaard* had tussen 2003 en 2017 bijvoorbeeld telkens wel een EU-expert op haar redactie. In het vergelijkende deel van deze masterproef ga ik hier verder op in.

Uit de bovenstaande tabel 3 blijkt bovendien al dat er in totaal van periode 1 naar periode 2 wel een algemene stijging is in het aantal nieuwsberichten over de EU. Wanneer we dit per krant bekijken, zien we echter dat deze absolute stijging enkel geldt voor *Het Nieuwsblad* en dat het aantal artikels van *De Standaard* daarentegen licht daalt van periode 1 naar periode 2. Enkel op basis van de totale absolute getallen in tabel 3 zouden we dus kunnen besluiten dat het totale aantal nieuwsberichten over de EU inderdaad gestegen is van periode 1 naar periode 2 en zouden we dus geneigd zijn hypothese 1 onverminderd te bevestigen. De volgende figuur toont echter aan dat de zaak toch complexer is:

[Figuur 2: Evolutie in totale hoeveelheid artikels voor beide kranten van 2003 tot en met 2017](#)



Bron: eigen samenstelling

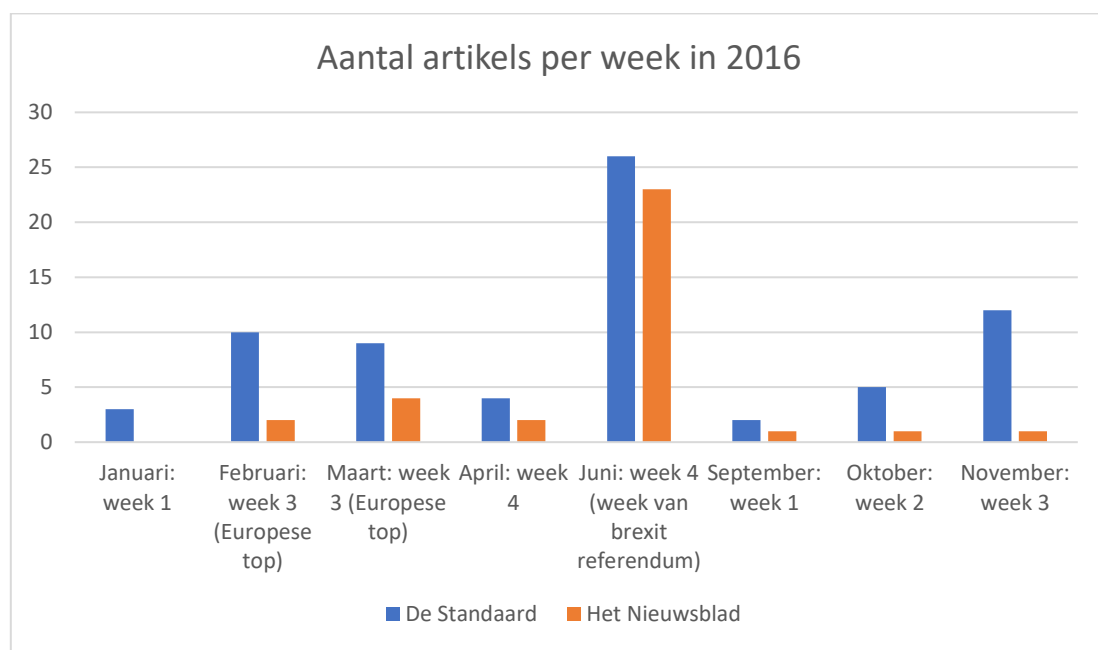
We zien in deze grafiek al meteen dat de totale hoeveelheid artikels van 2003 tot en met 2017 niet zomaar een lineaire stijging vertoont.

Het aantal artikels steeg van 2003 tot 2005, om na deze piek te dalen tot in 2008. Tijdens periode 1 was er dus zowel een stijging als een daling in het aantal EU-nieuwsberichten. Dit komt overeen met de resultaten van Boomgaarden en collega's (2010) over de zichtbaarheid van EU-nieuws: die bereikte volgens hen een piek in 2004-2005, maar daalde nadien weer. Bovendien zagen zij dezelfde trend terugkeren in verschillende landen (Boomgaarden et al., 2010, pp. 514-515). Onderzoek naar televisiejournals haalde al aan dat de berichtgeving over de EU in Vlaanderen in 2004 steeg door de toetreding van tien nieuwe lidstaten en de nieuwe Commissievoorzitter Barroso (De Smedt et al., 2011a, p. 4). De piek in 2005 kunnen we verklaren door de referenda over de Europese grondwet die dat jaar in Frankrijk en Nederland plaatsvonden. De daling in 2007 en 2008 daarentegen is moeilijker te verklaren: vermoedelijk komt dit deels door een gebrek aan belangstelling van journalisten

voor de toetreding van Bulgarije en Roemenië in 2007 (daar waren immers nauwelijks nieuwsberichten over te vinden) die tenslotte al plaatsvond op 1 januari en daardoor niet doorwerkt in de andere weken van 2007. Zoals vele onderzoekers al aanstipten, kunnen nationale verkiezingen een significant effect hebben op het volume Europees nieuws (bijvoorbeeld Gattermann, 2013, p. 451). Het is dus mogelijk dat ook de Belgische federale verkiezingen in 2007 bijdroegen aan minder nieuwsberichten over de EU. Het lage aantal artikels in 2008 is dan weer te verklaren doordat toen behalve enkele Europese toppen geen echt bijzondere gebeurtenissen plaatsvonden. Mogelijk is de algemene daling van 2005 tot 2008 trouwens ook een gevolg van de toenemende werkdruk bij Vlaamse journalisten. Onderzoekers stelden die al vast in 2008 (Beckers et al., 2017, pp. 4-5). Aangezien het EU-nieuws voor redacties niet prioritair is, zetten journalisten bij een hogere werkdruk dit EU-nieuws vermoedelijk als eerste aan de kant en produceerden ze er dus minder nieuwsberichten over.

De tweede periode, van 2012 tot 2017, ziet er iets vreemder uit: een lichte stijging gevolgd door een grote piek en een sterke daling. De stagnatie in 2014 hangt ook hier mogelijk samen met de federale verkiezingen dat jaar. De enorme piek in het jaar 2016 wordt enkel en alleen veroorzaakt door het brexitreferendum in juni. Zo vond ik voor de acht weken van het jaar 2016 in totaal 105 nieuwsberichten over de EU. De onderstaande figuur illustreert dat dit grote aantal volledig toe te schrijven is aan die gebeurtenis:

[Figuur 3: Aantal artikels per geselecteerde week voor beide kranten in het jaar 2016](#)



Bron: eigen samenstelling

Op deze figuur is duidelijk te zien dat het totale aantal artikels in 2016 grotendeels afkomstig is uit de vierde week van juni 2016; niet toevallig de week van het brexitreferendum. Ook de dagen voor en na het referendum berichtten de media immers druk over de mogelijke gevolgen van de Britse uitstap.

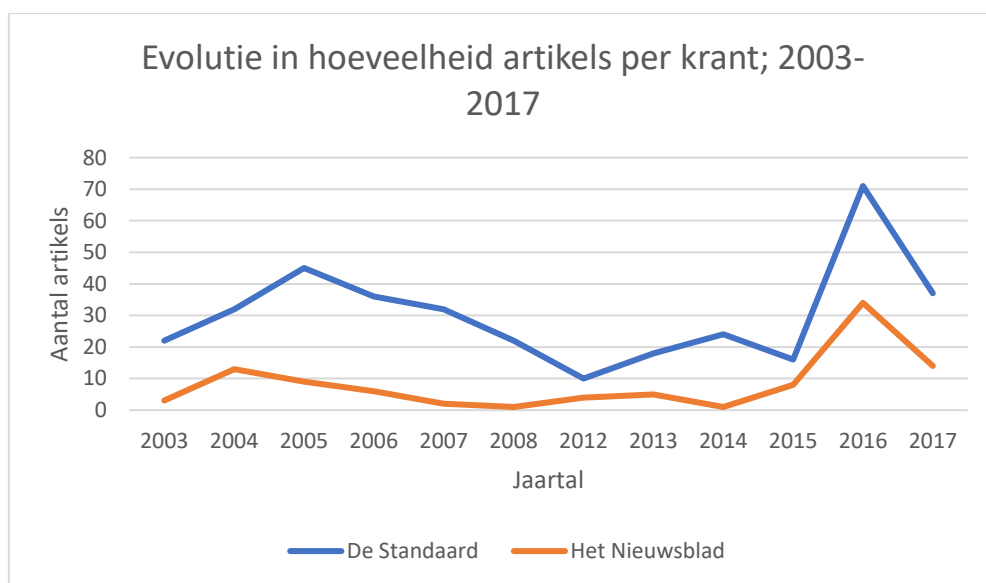
Waarom kreeg die zoveel aandacht? Niet alleen was het brexitreferendum een van de grootste crisismomenten van de EU uit de laatste decennia, ook kwam het – als eerste terugtrekking van een lidstaat tijdens de lange geschiedenis van de EU – grotendeels onverwacht. In een artikel van *De Standaard* op de dag voor het referendum lezen we zelfs

dat de kans dat het Verenigd Koninkrijk toch bij de EU blijft 70% is ("Stijgers en dalers", *De Standaard*, 2016). Het besluit tot een brexit voldoet daarmee ruimschoots aan enkele populaire nieuwswaarden zoals uniciteit en *unexpectedness*, negativiteit (vanwege de crisis waarin de EU zich bevond) en conflict (vanwege de diepe verdeeldheid onder de Britten).

Een terugblik op figuur 2 leert ons dan ook dat we geen grote piek zouden zien in de grafiek voor het jaar 2016 als het brexitreferendum nooit plaats zou hebben gevonden. Bovendien is de daling tussen 2016 en 2017 een gevolg van de grote piek in 2016; we zien bijvoorbeeld dat het aantal artikels in 2017 wel duidelijk hoger ligt dan dat twee jaar eerder het geval was. Vermoedelijk zouden we dus zonder brexitreferendum tussen 2015 en 2017 een bescheiden maar gestage toename hebben gezien in het aantal artikels. Dan zouden we kunnen concluderen dat het aantal artikels in periode 2 wel een rechtlijnige stijging kende.

De volgende grafiek toont ons hetzelfde als figuur 2, maar nu uitgesplitst per krant:

[Figuur 4: Evolutie in hoeveelheid artikels per krant van 2003 tot en met 2017](#)



Bron: eigen samenstelling

Zoals verwacht geeft bovenstaande figuur ons grotendeels hetzelfde beeld als het totaal van beide kranten in figuur 2. Ook hier is geen sprake van een algemene, lineaire stijging per krant: voor periode 2 zou dit wel weer het geval kunnen zijn wanneer we de grote piek van 2016 buiten beschouwing laten, maar voor periode 1 zien we opnieuw een toename gevolgd door een afname. Deze grafiek toont ons nogmaals dat *Het Nieuwsblad* inderdaad substantieel minder artikels leverde dan *De Standaard*. Toch volgen beide kranten hetzelfde patroon: dit wijst erop dat dit patroon niet toevallig is, maar inderdaad bepaald wordt door de (cyclisch verlopende) Europese actualiteit.

Uiteindelijk kunnen we de eerste hypothese dan ook slechts gedeeltelijk bevestigen: beide kranten – vooral *Het Nieuwsblad* – berichten inderdaad relatief weinig over de EU. Daarnaast was er geen stijging in de berichtgeving voor periode 1, maar kunnen we wel besluiten dat er een algemene stijging was tijdens periode 2. Bovendien neemt het totale absolute aantal artikels ook toe van periode 1 naar periode 2. Daarbij zorgde het brexitreferendum voor een grote piek in de berichtgeving. Bursens en Baetens (2005) stelden al vast dat de aandacht van de Belgische media voor de EU tussen 1991 en 2000 “sporadic peaks associated with

sensational happenings” vertoonde (Baetens & Bursens, 2005, p. 20). Dat lijkt dus ook voor de decennia nadien nog steeds het geval te zijn.

### 1.3. Hypothese 2

In deze sectie ga ik eerst dieper in op de algemene toon van de artikels (de specifieke toon komt later aan bod). Onderstaande tabel toont het relatieve aandeel van de algemene toon van alle artikels van beide kranten alvast samengevat. Voor enkele concrete voorbeelden van toon in het EU-nieuws verwijst ik naar het kwalitatieve deel van deze scriptie. Op basis van de kwantitatieve resultaten kunnen we ook bij deze tweede hypothese al een deel van de stelling meteen bevestigen: met een aandeel van 73.76% waren de neutrale artikels duidelijk in de meerderheid.

Tabel 4: Totale relatieve aandeel van artikels met een bepaalde algemene toon voor beide kranten

Neutraal	73.76%
Negatief	19.14%
Positief	7.10%
<b>TOTAAL</b>	<b>100%</b>

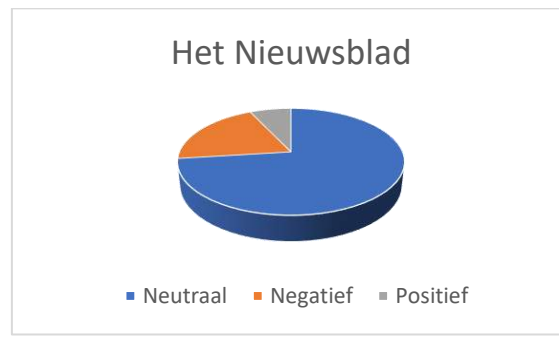
Bron: eigen samenstelling

Het aandeel positieve artikels is zoals verwacht laag met 7%. Wat opvalt is dat het aantal negatieve artikels toch redelijk groot is: bijna één op vijf artikels was negatief van toon. Tegengestelde effecten zouden elkaar kunnen opheffen en een gebalanceerde berichtgeving impliceren (Azrout et al., 2012, p. 694). Maar we zien duidelijk bijna drie keer zoveel negatieve artikels als positieve. De positieve berichtgeving weegt dus niet op tegen de negatieve. Daar staat tegenover dat bijna driekwart van de totale berichtgeving wel volledig neutraal van toon was: dat kan zowel betekenen dat er geen positieve of negatieve elementen aan bod kwamen of dat er een evenwichtige combinatie van beide was.

Toch is het frappant dat ik in 26% van de gevallen ofwel een positieve of negatieve toon kon ontdekken. Als je weet dat de Vreese en van Spanje (2014) in slechts 9% van de televisie-uitzendingen en krantenartikels die ze bestudeerden een expliciete toon ten opzichte van de EU vonden, lijken de artikels in *De Standaard* en *Het Nieuwsblad* wel erg gekleurd te zijn. Bovendien codeerde ik voor toon op een conservatieve manier: wanneer ik twijfelde, codeerde ik steeds voor ‘neutraal’. (Wat ik precies als ‘positief’ of ‘negatief’ definieerde, staat trouwens uitgebreid beschreven in het codeboek in bijlage.) Wat wel overeenkomt met de resultaten van de Vreese en van Spanje (2014) is dat ook bij mijn onderzoek geen enkele krant met het aandeel positieve artikels ooit boven de 10% kwam. Toch moeten we, zoals aangehaald in de methodensectie, de resultaten van deze variabele met enig voorbehoud interpreteren.

Wanneer we kijken naar de cijfers per krant zien we dat die trouwens amper afwijken van het totaalbeeld. Met een aandeel van 20% negatieve artikels bevat de berichtgeving van *Het Nieuwsblad* in totaal wel iets meer negativiteit dan *De Standaard*, die 18.9% negativiteit bevatte. Aangezien dit een redelijk klein verschil is, is het moeilijk te zien in een figuur. Daarom geef ik hier enkel de visuele verdeling voor *Het Nieuwsblad* weer. Deze lijkt sterk op eenzelfde figuur voor *De Standaard*.

[Figuur 5: Totale relatieve aandeel van artikels met een bepaalde algemene toon voor Het Nieuwsblad](#)

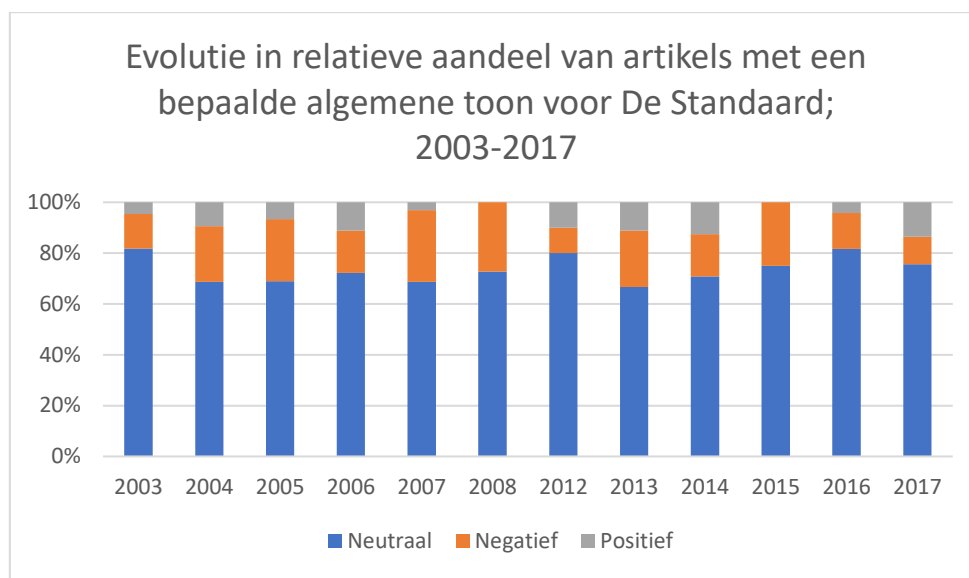


Bron: eigen samenstelling

De volgende vraag is of we veranderingen kunnen zien in deze verdeling. Stijgt het aantal negatieve artikels ook doorheen de tijd? Om deze vraag te beantwoorden, zette ik het relatieve aandeel van neutrale, negatieve en positieve artikels voor elk jaar op een rij. De volgende figuren schetsen de evolutie voor beide kranten apart. Om de vergelijking te bevorderen, zette ik deze op de volgende bladzijde onder elkaar en volgt de bespreking daarna.

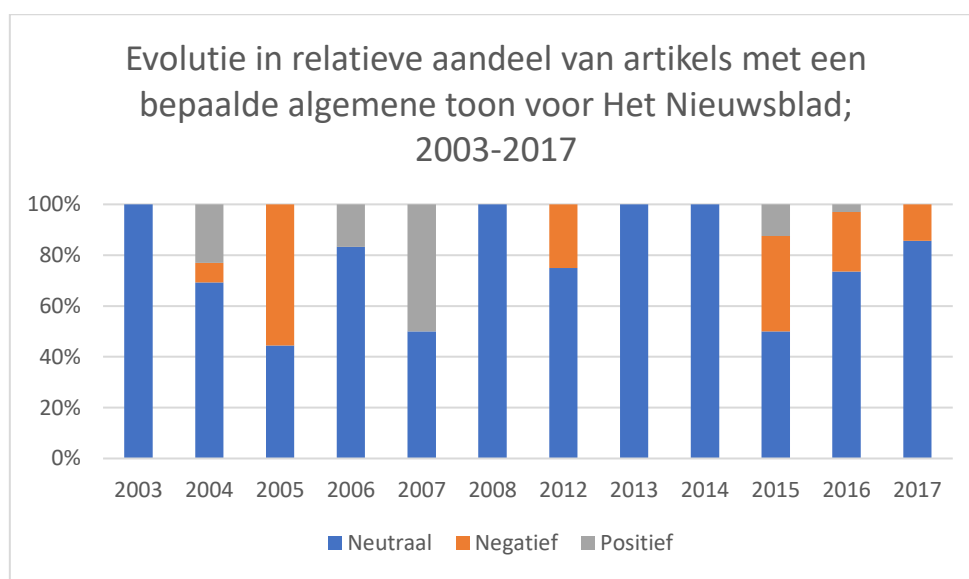


[Figuur 6: Evolutie in relatieve aandeel van artikels met een bepaalde algemene toon voor De Standaard \(2003 tot 2017\)](#)



Bron: eigen samenstelling

[Figuur 7: Evolutie in relatieve aandeel van artikels met een bepaalde algemene toon voor Het Nieuwsblad \(2003 tot 2017\)](#)



Bron: eigen samenstelling

In eerste instantie zien we ook hier dat de neutrale artikels bij beide kranten domineren. *De Standaard* vertoont in figuur 6 echter een veel stabiel patroon dan *Het Nieuwsblad* in figuur 7. Dat is te wijten aan het zeer lage aantal artikels van *Het Nieuwsblad* dat de resultaten enigszins vertekent. Zo vond ik in de acht weken van het jaar 2008 maar één nieuwsbericht voor *Het Nieuwsblad*: aangezien dit neutraal was, is de hele balk voor 2008 dan ook blauw. Vanwege deze vertekening is het dus moeilijker om conclusies te trekken voor *Het Nieuwsblad* en moeten we met deze conclusies ook voorzichtiger omspringen.

Bij die laatste zien we dat het aandeel positieve artikels steeds relatief klein blijft, terwijl het aandeel negatieve artikels erg grillig verloopt doorheen de jaren. Een eenduidige evolutie

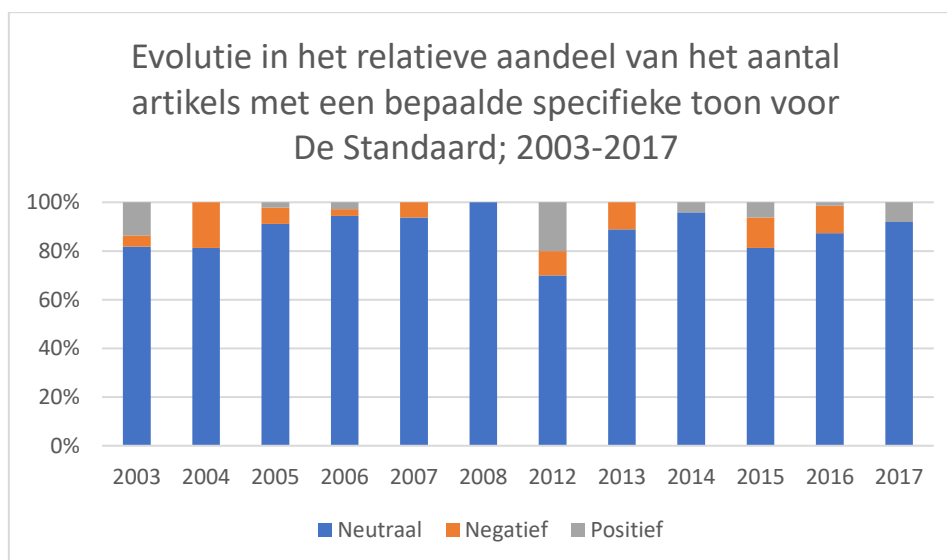
kunnen we hier niet uit afleiden. Wat wel opvalt is dat vooral in de jaren 2005 en 2015 er relatief veel negatieve artikels waren. Erg interessant is dat alle negatieve artikels in het jaar 2005 over de grondwetreferenda handelden, met expliciete titels als “Nederland geeft Grondwet doodsteek” (Depoortere, *Het Nieuwsblad*, 2005) en “Nederland stemt tegen bemoeiziek Europa” (“Nederland stemt tegen”, *Het Nieuwsblad*, 2005). Weinig verbazend is daarnaast dat alle negatieve artikels uit 2015 handelen over de migratiecrisis en de problemen die de EU ervaart om deze aan te pakken. Ook bij *De Standaard* waren er in 2005 en 2015 relatief gezien iets meer negatieve artikels. We kunnen dus wel stellen dat de berichtgeving ten tijde van een Europese crisis negatiever is dan anders.

Daarbovenop zien we bij *De Standaard* (figuur 6) in 2007 en 2008 ook meer negatieve artikels dan anders. Is dit een symptoom van de financiële crisis? Dat lijkt niet zozeer het geval te zijn; de negatieve artikels handelen ook over andere crisissen zoals die in Georgië en de algemene verdeeldheid binnen de EU over de toekomst van Europa. Als we goed kijken naar figuur 6 kunnen we op de scheiding tussen neutraal (blauw) en negatief (oranje) een denkbeeldige lijn zien die doorheen de jaren licht op en neer gaat. Af en toe zijn er meer negatieve artikels ten koste van de neutrale nieuwsberichten (hoewel die steeds de meerderheid blijven) en af en toe vermindert het aantal negatieve artikels weer. Daarbij blijft het aandeel positieve artikels doorheen de tijd redelijk consistent klein. Hoewel er dus steeds een vast aandeel negatieve artikels is, stijgt dit niet lineair maar fluctueert dit aandeel eerder doorheen de tijd, ten koste van de neutrale berichtgeving. Mogelijk kunnen we dus, naar analogie met de hoeveelheid berichtgeving, stellen dat de hoeveelheid negatieve berichtgeving niet gewoon is toegenomen doorheen de tijd, maar in tegendeel afhankelijk is van de aanwezigheid van crisismomenten (met meer negativiteit) versus de afwezigheid van crisismomenten. Tijdens die laatste periodes is er dan niet meer positiviteit, maar meer een afwezigheid van negativiteit: de berichtgeving is dan dus gewoon vaker neutraal.

Tot nu toe heb ik het steeds gehad over de variabele ‘algemene toon’, terwijl ik ook codeerde voor ‘specifieke toon’. De algemene toon van het artikel drukt de algehele toon uit die door de journalist aan het artikel is gegeven (door bijvoorbeeld een bepaalde titel te kiezen). De specifieke toon daarentegen draait om de expliciete meningen van mensen over de EU die verschijnen als quotes in het artikel. Voor meer details verwijst ik naar mijn codeboek. De algemene toon lijkt me voor dit onderzoek de meest relevante, zoals ik zal beargumenteren in de kwalitatieve sectie. Bovendien kwamen specifieke evaluaties veel minder voor aangezien elk nieuwsbericht wel over een algemene toon beschikte, maar niet elk artikel ook quotes bevatte.

Eenzelfde relatieve stapeldiagram van de variabele ‘specifieke toon’ voor *Het Nieuwsblad* lijkt heel sterk op het vorige diagram van dezelfde krant. Daarom heeft het niet veel zin die figuur hier nog eens te herhalen. De figuur voor de specifieke toon van *De Standaard* toon ik hier wel.

Figuur 8: Evolutie in het relatieve aandeel van het aantal artikels met een bepaalde specifieke toon voor De Standaard, 2003 tot 2017



Bron: eigen samenstelling

Het verschil met figuur 6 is dat *De Standaard* veel minder vaak een negatieve specifieke toon bevatte dan een negatieve algemene toon. In praktijk betekent dit dat er meer nieuwsberichten waren die door de journalist voorzien waren van een negatieve toon, dan dat er artikels waren die negatieve quotes over de EU bevatten. Dit bevestigt dat het vooral de journalist is die – letterlijk en figuurlijk – de toon zet. Bij de specifieke toon van beide kranten is het aandeel van de neutrale artikels veel groter aangezien er (vooral bij *De Standaard*) steeds relatief weinig artikels met quotes waren en ik dan steeds voor neutraal codeerde.

Uiteindelijk kunnen we hypothese 2 dus slechts gedeeltelijk bevestigen. De berichtgeving was tussen 2003 en 2017 inderdaad grotendeels neutraal van toon, maar een stijging van het aandeel negatieve nieuwsberichten konden we niet vaststellen. Dit aandeel lijkt immers eerder te fluctueren in golven die mogelijk gelijklopen met de afwisseling van crisisperiodes en niet-crisisperiodes binnen de Europese Unie. Vermoedelijk is het vanuit commercieel oogpunt ook nodig dat het aandeel negatieve berichten doorheen de tijd fluctueert, zodat lezers niet afknappen op een constant groot of groeiend aandeel negatieve crisisberichten.

### **1.4. Hypothese 3**

De toetsing van de derde hypothese leverde frappante resultaten. Op basis van de literatuurstudie veronderstelde ik namelijk dat het nationale perspectief in de Vlaamse media steeds zou domineren. Volgende tabel toont echter aan dat het Europees perspectief veel vaker voorkwam dan verwacht.

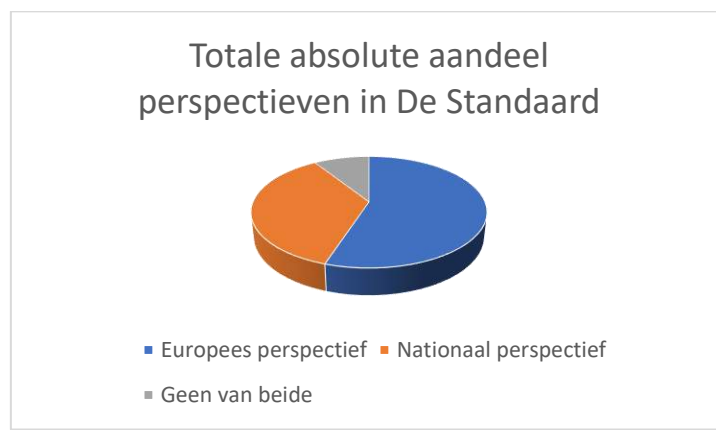
Tabel 5: Totaal soorten perspectieven voor beide kranten van 2003 tot 2017 (relatieve cijfers)

	De Standaard	Het Nieuwsblad
Aantal keer 'Europees perspectief'	55.07%	43%
Aantal keer 'nationaal' perspectief	35.89%	53%
Geen van beide of onmogelijk vast te stellen	9.04%	4%
<b>TOTAAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Bron: eigen samenstelling

Bij *Het Nieuwsblad* blijkt het nationaal perspectief met 53% van alle artikels inderdaad de meerderheid te vormen. Toch is het aantal artikels met een Europees perspectief met een aandeel van maar liefst 43% bij deze krant veel groter dan verwacht. Sterker nog, bij *De Standaard* had meer dan de helft van alle artikels zo'n Europees perspectief (55%). En het aandeel nationale perspectieven ligt er met ongeveer 36% een pak lager dan bij *Het Nieuwsblad*. De volgende diagrammen verduidelijken dit verschil tussen een overwegend 'Europese' berichtgeving bij *De Standaard* en een overwegend 'nationale' berichtgeving bij *Het Nieuwsblad* visueel.

Figuur 9: Verdeling perspectieven in artikels van De Standaard (2003 tot 2017)



Bron: eigen samenstelling

[Figuur 10: Verdeling perspectieven in artikels van Het Nieuwsblad \(2003 tot 2017\)](#)



Bron: eigen samenstelling

Dit resultaat is nog frappanter omdat ik 'Europees' perspectief conservatief gemeten heb: zodra er ook maar één indicatie was van een nationaal perspectief codeerde ik zodanig. Het verschil tussen beide kranten kunnen we opnieuw verklaren vanuit het verschillend redactioneel beleid: de kwaliteitskrant die over een EU-expert beschikt en de middelen en tijd heeft om in het gespecialiseerde Europese nieuws te investeren zal vaker nieuwsberichten publiceren vanuit een Europees perspectief dan de populaire krant. Bij die laatste liggen de prioriteiten en dus ook de investeringsdoelen anders.

Vervolgens geven de totaalcijfers voor beide kranten ons hetzelfde beeld: in totaal codeerde ik maar liefst 244 keer voor een Europees perspectief, dat is ruim de helft van alle gevallen (52%). Van alle artikels voor beide kranten telden 'slechts' 184 artikels of 39.6% van het totaal een nationaal perspectief. (De overige nieuwsberichten bevatten geen van beide of waren te kort om van een perspectief te kunnen spreken.) In tegenstelling tot de verwachting vormen de Europese perspectieven in deze artikels dus helemaal niet de minderheid. Hoe kunnen we dit verklaren?

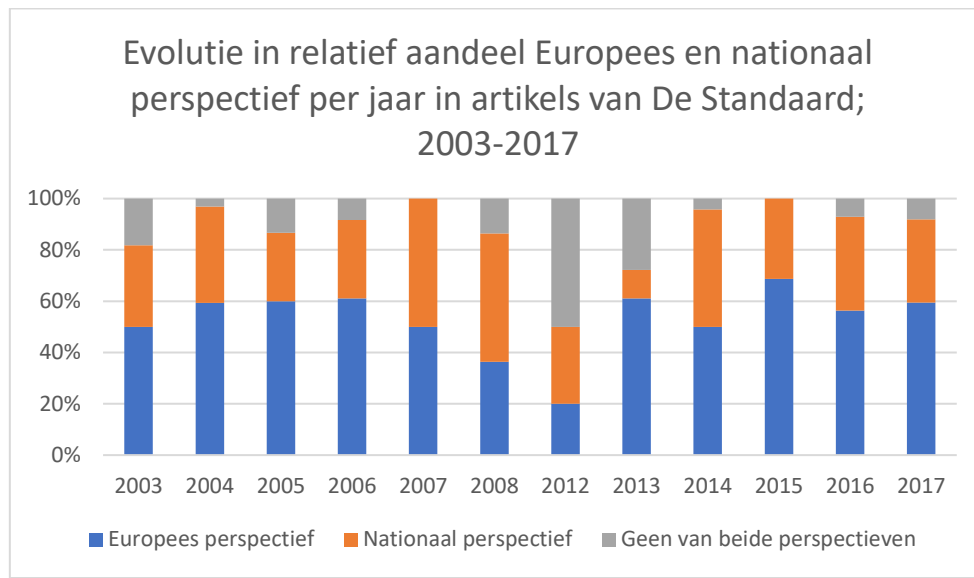
Ten eerste stelden Schuck en de Vreese (2011) al vast dat de berichtgeving 'Europeser' is in landen die zich geografisch dicht bij Brussel bevinden en waarvan de bevolking relatief veel steun voor de EU vertoont. Dat is in België duidelijk het geval. Ten tweede betekent een 'Europees' perspectief mogelijk de afwezigheid van een nationaal perspectief: vele artikels die geen enkel Belgisch of Vlaams element bevatten, kon ik inderdaad coderen als 'Europees'. In die zin was er dus veel meer 'zuiver Europees' nieuws dan verwacht. Daarnaast speelt ook het element van de individuele journalist een rol. Zo stelde ik vast dat de meerderheid van de artikels van *De Standaard* over de EU in de eerste periode (2003-2008) geschreven werden door Bernard Bulcke, de EU-expert van *De Standaard*. Die schreef bijna altijd vanuit een Europees perspectief.

Vooraf bij de regionale krant *Het Nieuwsblad* valt het relatief grote aandeel Europese perspectieven op. Interessant hierbij is dat van die 'Europese' artikels sommige een exacte overname bleken uit *De Standaard*. Zou het kunnen dat de journalisten van *Het Nieuwsblad* – bij gebrek aan een eigen EU-expert – af en toe nieuwsberichten overnamen van *De Standaard* en op die manier aan zo'n relatief hoog aandeel Europese perspectieven komen? *Het Nieuwsblad* staat immers bekend om haar regionale karakter en zou daarom minder geneigd zijn om vanuit een Europees perspectief te schrijven. Bovendien zal een regionale krant minder geneigd zijn te investeren in de middelen om over de EU te berichten. EU-nieuwsberichten overnemen uit de kwalitatieve tegenhanger is dan een goede oplossing, zeker wanneer die

regionale krant anders gewoon geen EU-nieuws zou bevatten. Dat kan verklaren waarom *Het Nieuwsblad* toch relatief vaak een Europees perspectief had.

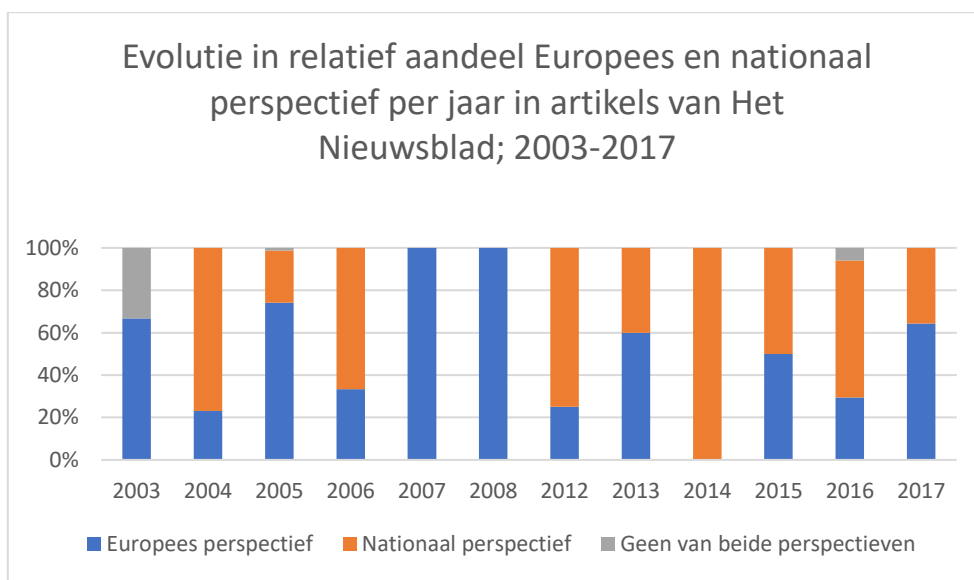
Beide kranten bevatten dus relatief veel ‘Europese’ berichtgeving. Maar nam het aandeel daarvan ook nog toe doorheen de tijd? Om deze vraag te beantwoorden, kijken we naar de relatieve stapeldiagrammen voor beide kranten:

[Figuur 11: Evolutie in perspectieven voor De Standaard van 2003 tot 2017 \(relatieve cijfers\)](#)



Bron: eigen samenstelling

[Figuur 12: Evolutie in perspectieven voor Het Nieuwsblad van 2003 tot 2017 \(relatieve cijfers\)](#)



Bron: eigen samenstelling

Wanneer we het stapeldiagram voor *Het Nieuwsblad* (figuur 12) bekijken, krijgen we opnieuw een grillig beeld vanwege het lage aantal artikels voor die krant. We zien wel dat het oranje van het nationaal perspectief zeer prominent aanwezig is voor bijna alle jaren (de jaren 2007 en 2008 vormen hierop een uitzondering omdat er voor deze jaren in totaal slechts drie artikels beschikbaar waren, waardoor de resultaten vertekend zijn). Daarnaast lijkt het aandeel

nationale perspectieven globaal net toe te nemen in periode 2. Een duidelijke evolutie is hier echter niet te zien. Daarom wenden we ons tot figuur 11; het stapeldiagram voor *De Standaard*. Opnieuw geeft dit ons een correcter beeld. We zien hier duidelijk dat het aandeel van Europese perspectieven groot is, maar niet lineair toeneemt doorheen de tijd. Net als bij de variabele 'algemene toon' lijkt hier eerder sprake van een golvende beweging. Wanneer de berichtgeving minder 'Europees' is (zoals in 2007, 2008, 2012 en 2014), is die dan ook meer 'nationaal'.

De reden waarom precies in deze jaren de berichtgeving nationaler is, hangt mogelijk onrechtstreeks samen met de economische crisis die tijdens die jaren begon of net achter de rug was. Door de economische recessie moesten de Vlaamse nieuwsredacties – die sowieso onder toenemende commerciële druk stonden – ongetwijfeld nog sterker inboeten op vlak van middelen en personeel. Brüggemann en Kleinen-von Königslöw (2009) koppelen dit aan het minder vaak voorkomen van een Europees perspectief: "In times where editorial impetus is subordinated to the maximization of profits, the press will hardly become an agent of transnationalization" (p. 43). Bovendien wijst Gattermann erop dat een nieuwsorganisatie die nationale perspectieven geeft op Europees nieuws (wat de meeste lezers verkiezen) er zo voor zorgt dat ze winst kan blijven maken en het inkomen van haar journalisten kan garanderen (Gattermann, 2013, p. 440). In tijden van economische crisis is dit ongetwijfeld extra belangrijk en het Belgische nieuws vereist, in tegenstelling tot het EU-nieuws, geen extra investeringen. Mogelijk is er dus een verband tussen de economische conjunctuur en de afwisseling van Europese en nationale perspectieven doorheen de tijd, waarbij een slechte economie gepaard gaat met minder Europeanisering in de berichtgeving (en dus meer nationale perspectieven). Want met uitzondering van het jaar 2013 zien we in figuur 11 (de meest representatieve figuur) inderdaad dat het aantal Europese perspectieven tijdens die periode beduidend lager ligt.

Tussen het perspectief en de aanwezigheid van andere crisisperiodes lijkt dan weer geen verband te zijn. De berichtgeving was immers zowel 'Europeser' (zie 2005, grondwet; 2013-2016, vluchtelingen crisis) als 'nationaler' (2007-2008, aanloop financiële crisis) tijdens verschillende crisisjaren. Ook met de algemene toon lijkt geen verband te bestaan: wanneer we bovenstaande figuren vergelijken met figuren 6 en 7 op bladzijde 33 zijn er immers geen gelijkenissen te zien die op meer dan toeval kunnen berusten. Het is dus niet zo dat een negatieve toon bijvoorbeeld vaker gepaard gaat met een nationaal perspectief of een neutrale toon met een Europees perspectief.

Tot slot moeten we de derde hypothese dus verwerpen: het dominante perspectief is niet het nationale, maar in tegendeel bij *De Standaard* zelfs het Europese. Dit Europees perspectief lijkt wel niet meer toe te nemen tussen 2003 en 2017. Er is echter ook geen precieze evolutie vast te stellen; er lijkt eerder sprake van een fluctuatie in perspectieven doorheen de jaren, net zoals we bij de toon al vaststelden. Dit sluit wel aan bij de resultaten van Azrout en collega's (2013), die per nieuws outlet ook variatie vonden in de Europese aard van de berichtgeving op een tijdsspanne van tien jaar. Mijn onderzoek bevestigt dus hun conclusie dat: "being relatively European in the coverage at one point does not predict Europeanness in the coverage at a later point" (Azrout et al., 2013, p. 623).

#### **1.5. Hypothese 4**

Om vervolgens personalisering in kaart te brengen, telde ik het aantal personen en instellingen. Wanneer er meer personen dan instellingen (ruim geïnterpreteerd; zie codeboek voor details) voorkwamen in een nieuwsbericht was er sprake van personalisering. Maar ook wanneer een artikel inhoudelijk volledig draaide rond één persoon gold dit als

gepersonaliseerd. In totaal vond ik 143 gepersonaliseerde artikels: dat is ongeveer 31% van alle gevallen. Zoals uit onderstaande tabel blijkt, bevatte *Het Nieuwsblad* duidelijk relatief méér artikels met personalisering dan *De Standaard*.

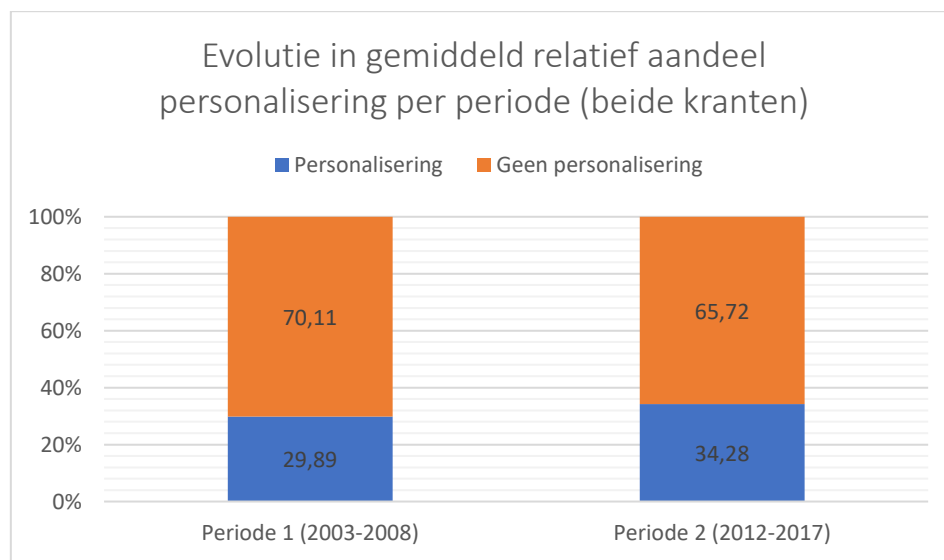
Tabel 6: Totaal aantal keren personalisering

	De Standaard	Het Nieuwsblad	TOTAAL
Personalisering (absolute cijfers)	101	42	<b>143</b>
Personalisering (relatieve cijfers)	27.67%	42%	<b>30.75%</b>

Bron: eigen samenstelling

Wanneer we de evolutie in personalisering op een trendlijn proberen te plaatsen, krijgen we een grafiek met veel pieken en dalen die onze vraag naar evolutie niet echt kan beantwoorden. Daarom kijken we beter naar het gemiddeld aantal keren dat personalisering per jaar voorkwam. Het heeft hierbij weinig zin de absolute cijfers met elkaar te vergelijken: deze tonen aan dat er in periode 2 gemiddeld per jaar inderdaad meer gepersonaliseerde artikels voorkwamen dan in periode 1, maar dit kan ook komen doordat de steekproef voor periode 2 gewoonweg uit iets meer artikels bestaat. Daarom vergelijk ik in de onderstaande figuur het gemiddelde relatieve aandeel personalisering per jaar, voor beide periodes.

Figuur 13: Evolutie in gemiddelde percentage personalisering voor beide kranten berekend per periode



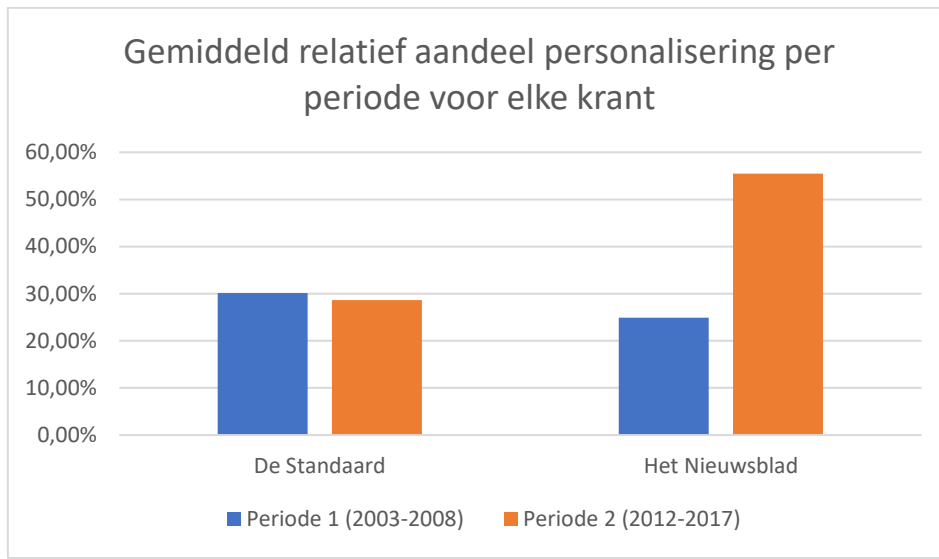
Bron: eigen samenstelling

Deze figuur toont ons dat in periode 1 gemiddeld 29.89% van de artikels per individueel jaar gepersonaliseerd waren. Aan de andere kant vond ik voor periode 2 zo gemiddeld per jaar een relatief aandeel van gepersonaliseerde nieuwsberichten van 34.28%. Van periode 1 naar periode 2 is er dus inderdaad een toename van de personalisering, ook al is deze bescheiden.

Toch moeten we deze stijging gedeeltelijk nuanceren als we kijken naar dezelfde relatieve gemiddelden per krant in de volgende figuur.



Figuur 14: Evolutie in gemiddelde percentage personalisering per krant berekend per periode



Bron: eigen samenstelling

Een voorbeeld om de cijfers te verduidelijken: voor *De Standaard* waren tijdens periode 1 gemiddeld 30.15% van de artikels elk jaar gepersonaliseerd. Voor dezelfde krant bleek tijdens periode 2 nog maar 28.67% van het totaal aantal artikels per jaar gepersonaliseerd. Hoewel er een algemene stijging in personalisering is van periode 1 naar periode 2, zien we dus op deze figuur dat deze verschilt per krant: voor *Het Nieuwsblad* was er in de tweede periode bijna een verdubbeling van het gemiddelde aandeel gepersonaliseerde nieuwsberichten, terwijl *De Standaard* bij de overgang naar periode 2 een kleine daling vertoont.

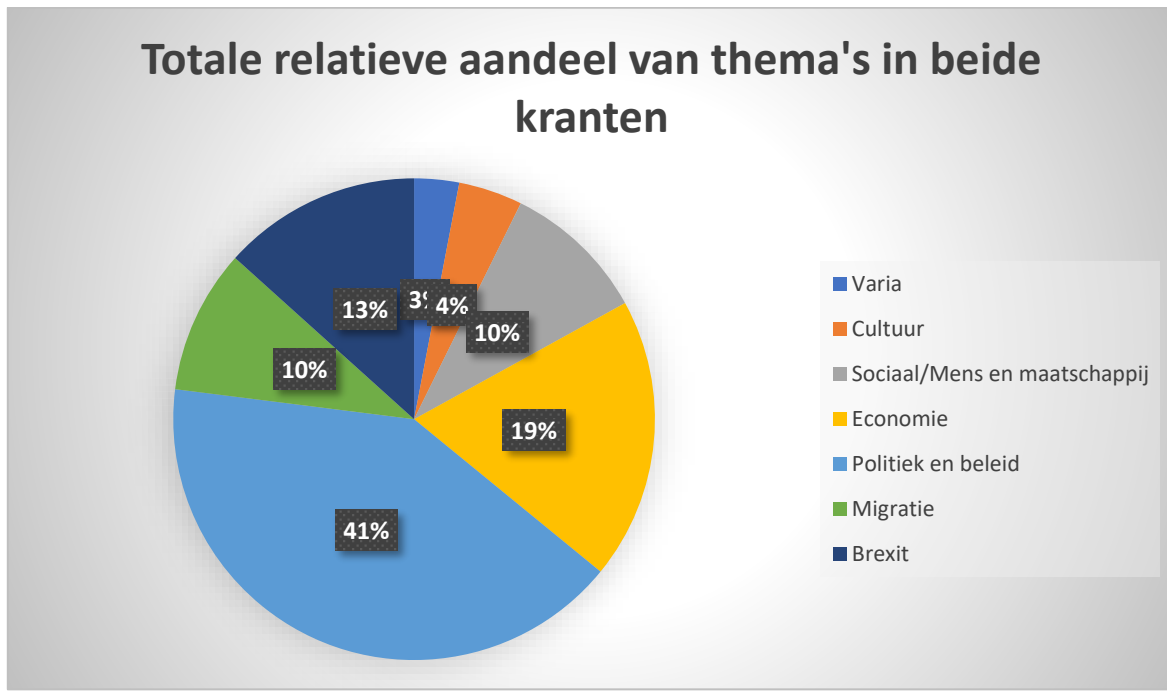
Dit kunnen we verklaren door een bevinding van Debackere en collega's (2002): zij concluderen dat in Vlaanderen de kwaliteitskranten en de populaire kranten op lange termijn steeds verder uit elkaar groeien (p. 365). En aangezien personalisering een kenmerk is van populaire kranten (Debackere et al., 2002, p. 345) is het logisch dat de personalisering toeneemt in *Het Nieuwsblad* terwijl deze (bescheiden) daalt in *De Standaard*.

Uiteindelijk kunnen we de vierde hypothese ook deels bevestigen: er lijkt inderdaad een algemene toename te zijn in personalisering wanneer we periode 1 vergelijken met periode 2. *Het Nieuwsblad* is voornamelijk verantwoordelijk voor deze toename, terwijl de nieuwsberichten in *De Standaard* tijdens de tweede periode juist iets minder gepersonaliseerd waren.

### 1.6. Hypothese 5

In wat volgt bespreek ik welke thema's aan bod kwamen in de berichtgeving over Europa. Volgend taartdiagram toont de relatieve verhouding tussen deze thema's voor de gehele periode en voor beide kranten samengeteld:

[Figuur 15: Totale verdeling van thema's voor beide kranten \(relatieve cijfers\)](#)

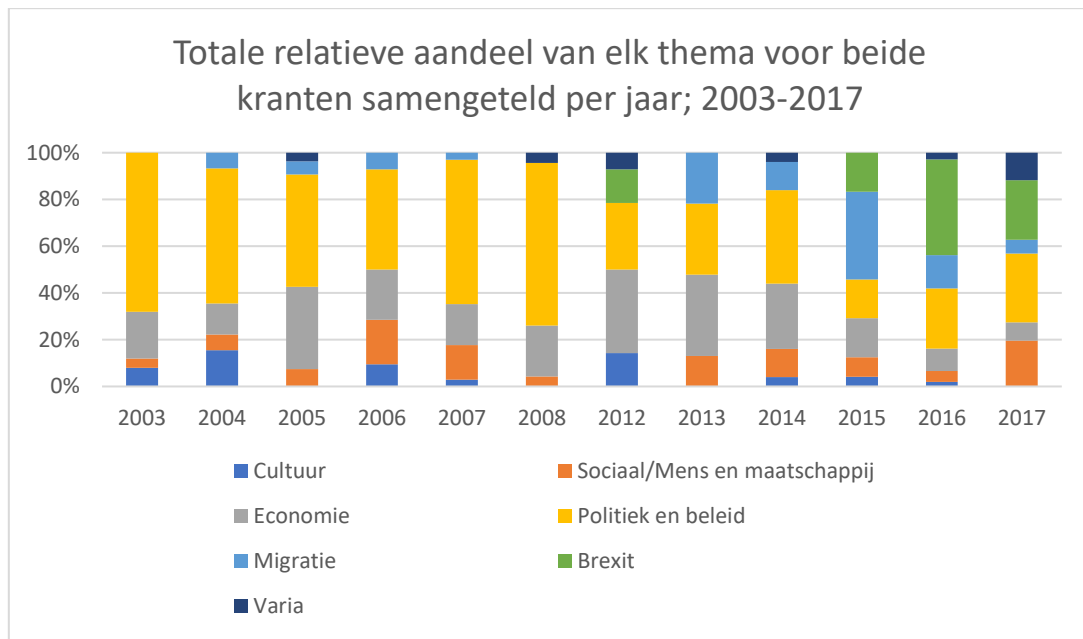


Bron: eigen samenstelling

Het thema politiek en beleid neemt overduidelijk het grootste deel van de koek in. Dat komt vermoedelijk doordat men de Europese Unie als politiek orgaan doorgaans in de eerste plaats nog steeds vanuit die politieke hoek bekijkt. Anderzijds heb ik dit thema ook wel ruim geïnterpreteerd, zoals in het codeboek meer in detail te zien is. Een derde mogelijke verklaring is de typische 'stijl' waarin journalisten over de EU berichtten: Europese kwesties werden immers vaak geframed als *power play* tussen machtige politieke elites en dus als politieke kwesties. Later in deze scriptie kom ik daarop nog terug. Op de tweede plaats staat het onderwerp economie. Daarmee lijkt deze thematische taart wel vooral de taart te zijn van een kwaliteitskrant. Dat is hier inderdaad het geval aangezien *De Standaard* 365 van de 465 artikels leverde. Dat economisch nieuws een groot deel van het Vlaamse EU-nieuws inneemt, zagen ook De Smedt en collega's (2011a). Opvallend genoeg is de brexit het derde grootste thema en steekt het zo meer traditionele thema's zoals sociaal/mens en maatschappij en cultuur de loef af. Dat illustreert nog eens het belang van crisismomenten bij de berichtgeving over de EU. Dat ook de vluchtelingen crisis immers van tel is, zien we doordat er evenveel artikels waren over migratie als over het sociale thema. Met een aandeel van 4% neemt het thema cultuur de laatste plaats in. Slechts 3% van alle artikels (of 14 van de 465) kon ik niet onder een thema uit de lijst plaatsen en codeerde ik dus als 'varia'. Al bij al bleek de thematische lijst die ik in mijn codeboek heb samengesteld dus zeker exhaustief genoeg. Die nieuwsberichten onder 'varia' handelden over erg uiteenlopende zaken die gaan van een Belgische speurhond op de kalender van Europol tot berichten over giftige dampen in 'Het Ei'.

Om de impact van de actualiteit in kaart te brengen, moeten we de thema's vervolgens per jaar bestuderen. In de volgende figuur zien we zo de totale relatieve verdeling van de thema's voor beide kranten per jaar.

Figuur 16: Totale relatieve aandeel van elk thematisch onderwerp voor beide kranten per jaar; 2003-2017



Bron: eigen samenstelling

Deze figuur toont ons duidelijk dat een ander jaartal en dus een andere actualiteit gepaard gaat met verschillende dominante thema's. (De redenen waarom 'politiek en beleid' steeds domineert, zette ik daarnet al uiteen.) Zo zien we het thema brexit duidelijk pieken in 2016, terwijl journalisten hierover ook het jaar voordien en nadien druk berichtten. Het groen in 2012 wijst op enkele artikels die al handelden over een mogelijke brexit of over een eventuele grexit (alle mogelijke 'exits' plaatste ik immers onder dit thema). Het groeiende aandeel van het thema migratie loopt dan weer gelijk met de vluchtelingencrisis, die het acuutst was tussen 2013 en 2016 – met een piek in 2015. In 2005, 2012 en 2013 was het thema economie dan weer relatief belangrijker; in die laatste twee jaren vermoedelijk door de uitlopers van de financiële crisis. In 2005 ging het vooral over onderhandelingen rond de Europese begroting (en het Belgische aandeel hierin) en een aantal nieuwe regels in de transportsector. Iets minder duidelijk is waarom het sociale thema plots vooral in 2006 en 2017 vaker opduikt. Wanneer we deze artikels bestuderen blijkt dat in 2006 de Europese ontwikkelingshulp meer in het nieuws kwam (onder andere de steun aan de Palestijnse bevolking) en dat in 2017 vooral de nieuwe 'pijler van sociale rechten' in het Europese beleid verantwoordelijk is voor de stijging. En waarom komt het thema 'cultuur' precies in 2004 en 2012 in beduidend meer artikels voor? In 2004 is dit effect te wijten aan verscheidene artikels rond culturele festiviteiten in verband met de toetreding van tien nieuwe lidstaten. In 2012 vond dan weer een boksmatch plaats en de derde editie van de 'Euromarkt' in Sint-Niklaas. Bovendien vond ik voor dat jaar relatief minder nieuwsberichten dan voor de andere jaren, waardoor de culturele artikels doorwogen.

Een volgende deelvraag van dit onderzoek was of *De Standaard* over andere thema's berichtte dan *Het Nieuwsblad*. Om hierop zicht te krijgen, stelde ik een vergelijkende tabel op:

Tabel 7: Ranking van meest voorkomende thema's in *De Standaard* versus *Het Nieuwsblad* (relatieve cijfers)

	<b><i>De Standaard</i></b>	<b><i>Het Nieuwsblad</i></b>
<b>1</b>	Politiek en beleid (46,03%)	Brexit (25%)
<b>2</b>	Economie (20,55%)	Politiek en beleid (23%)
<b>3</b>	Brexit (10,14%)	Cultuur (14%)
<b>4</b>	Migratie (9,86%)	Sociaal/Mens en maatschappij (13%) en Economie (13%)
<b>5</b>	Sociaal/Mens en maatschappij (8,77%)	Migratie (9%)
<b>6</b>	Varia (3,01%)	Varia (3%)
<b>7</b>	Cultuur (1,64%)	/

Bron: eigen samenstelling

Uit deze tabel kunnen we afleiden dat *De Standaard* inderdaad tussen 2003 en 2017 vooral oog had voor 'harde' thema's zoals politiek en economie. Cultuur staat bij die krant helemaal onderaan met een povere 1.64% van de berichtgeving; daarmee staat cultuur zelfs nog lager dan de restcategorie 'varia'. Nochtans plaatste ik in het codeboek niet enkel 'populaire' zaken onder het thema cultuur; ook zaken als kunst, wetenschap of de Europese identiteit vielen hieronder. Bij *De Standaard* kwam ik echter zo goed als geen nieuwsbericht tegen dat zo'n onderwerp aansneed.

Bij *Het Nieuwsblad* is het verhaal iets genuanceerder: de 'softe' thema's cultuur en sociaal/mens en maatschappij staan inderdaad hoger gerankt dan bij *De Standaard*. Toch staat het politieke thema hier nog boven. Dat komt deels door de algehele dominantie van het politieke thema (zie eerder). Bovendien leek *Het Nieuwsblad* vele van haar pure politieke artikels wel rechtstreeks over te nemen van *De Standaard*. Opvallend is verder dat beide kranten de brexit in de top drie hebben staan; bij *Het Nieuwsblad* was dit zelfs het grootste thema. Dit kunnen we verklaren door iets dat ik eerder al opmerkte: de brexit voldoet volledig aan de set nieuwswaarden die vooral populaire kranten zoals *Het Nieuwsblad* aanhangen (drama, emoties, negativiteit, personalisering, conflict; zie ook Debackere et al., 2002 voor meer kenmerken).

Tot slot kunnen we de vijfde hypothese zeker bevestigen: de berichtgeving steunde tussen 2003 en 2017 sterk op de Europese actualiteit, waarbij er op een bepaald moment bepaalde thema's domineren en anderen daardoor naar de achtergrond verdwijnen. Ook hier zien we dat vooral crisisperiodes – die bovendien vaak draaien rond één specifiek onderwerp zoals economie of migratie – aanleiding geven tot specifieke thema's die op het moment dat de crisis het meest acuut is, de journalistieke agenda domineren. De brexit is hiervan het beste voorbeeld.

### **1.7. Hypothese 6**

De laatste hypothese stelde dat *De Standaard* méér over de EU bericht dan *Het Nieuwsblad* en dit op een minder negatieve, meer 'Europese' en minder gepersonaliseerde manier. Bovendien zouden beide types kranten andere thema's benadrukken. Elk onderdeel van deze hypothese kwam al aan bod bij de bespreking van de voorgaande hypothesen en werd bovendien bevestigd. Voor elke variabele vond ik immers inderdaad het verwachte verschil tussen de twee kranten. Al deze verschillen komen uiteindelijk volledig overeen met de verschillende kenmerken van kwaliteitskranten en populaire kranten zoals onderzoekers die al vaststelden.

## **2. KWALITATIEVE LUIK**

### **2.1. EU-berichtgeving in detail**

In het voorgaande deel van deze masterproef gaf ik een kwantitatief overzicht van het EU-nieuws. Omdat cijfers niet alles zeggen en ik ook een goed beeld wil geven van hoe die berichtgeving er tussen 2003 en 2017 uitzag op microniveau, bespreek ik de berichtgeving in deze paragraaf meer in detail. Ook de context en latente inhoud – als onderwerp van een kwalitatieve inhoudsanalyse – zijn immers van belang om een juiste interpretatie neer te zetten (Kohlbacher, 2006). Zo gebruik ik twee complementaire methoden in deze scriptie.

Allereerst bevatte de variabele ‘algemene toon’ bijvoorbeeld meer nuance dan in het kwantitatieve luik aan bod kwam. Zo konden twee negatief gecodeerde artikelen onderling sterk verschillen: soms bracht de journalist de toon erg subtiel binnen in het artikel, maar er waren ook nieuwsberichten waarbij een journalist heel expliciet een eigen mening liet blijken. Heel af en toe gaf een auteur zelfs blijk van ironie of sarcasme over de Europese Unie. In één nieuwsbericht brengt Bernard Bulcke zoiets nog luchtig aan:

De kreeft, de vis met groentepuree, het lam en de wijnen waren heerlijk in ‘La Butte au Bois’ in Lanaken. En er was ruimte en tijd om ‘frustraties te luchten’. Maar de besluiten van het seminarie dat de Europese Commissie van José Manuel Barroso er over de toekomst van de EU hield, zijn veel minder inspirerend. (Bulcke, *De Standaard*, 2006)

En wanneer Zwitserland zich bij de Schengenzone voegt, merkt een journalist – die gebruikmaakt van een keukenmetafoor – zelfs op dat de Europese Unie blijkbaar “nog niet zo wansmakelijk” is “als we zelf soms geloven” (De Cock, *De Standaard*, 2005).

Metaforen (vooral in de titel) blijken trouwens een middel bij uitstek om een artikel van een bepaalde connotatie te voorzien. Een artikel in *De Standaard* over de brexit kreeg bijvoorbeeld deze titel: “Populisten leggen bom onder Europese banken” (Reyns, *De Standaard*, 2016). Deze dramatische metafoor roept angst en gevaar op en voorziet het nieuwsbericht dus al voor je het hebt gelezen van een erg negatieve toon. Een andere sterke metafoor spreekt stevast van de ‘gestorven’ Europese grondwet. Met deze metafoor creëert de journalist ook weer een zeer negatieve stemming: “Nederland geeft Grondwet doodsteek. De Nederlanders hebben de Europese Grondwet nog dieper het graf in geduwd. (...) De crisis in de Europese Unie is nu compleet” (Depoortere, *Het Nieuwsblad*, 2005). Dezelfde journalist trekt deze metafoor enkele dagen later in een volgend nieuwsbericht over de grondwet nog door: “Het zal hard aankomen dat de Britten, net nu ze op 1 juli het voorzitterschap van de Unie overnemen, de nagel in de doodskist slaan” (Depoortere, *Het Nieuwsblad*, 2005).

Ook kwamen soms woorden voor die wijzen op een eurosceptisch discours, zoals de verwijzing naar de EU als een “ondemocratische rijkemansclub” (Evers, *De Standaard*, 2004). In de meeste gevallen stonden zulke woorden tussen haakjes, waarmee duidelijk werd aangegeven dat ze de quoterings waren van een (eurosceptische) persoon of partij. Toch was dit niet altijd het geval, zoals in het volgende fragment:

De UKIP is niet de enige partij die eurohaters naar Brussel stuurt. Uit Polen komen populistische boeren die tegen de EU-toetreding van Polen waren, en waarschijnlijk ook fundamentalistische katholieken die vinden dat de Brusselse Satan de zuivere Poolse ziel bederft. (“Meest eurosceptische campagne”, *De Standaard*, 2004)

Hoewel “de Brusselse Satan” hier duidelijk ironisch bedoeld – en dus schijnbaar onschuldig – is, blijft de aanwezigheid van zulke woorden in de berichtgeving niet helemaal zonder gevaar.

Leconte (2010) schreef over gelijkaardige woorden immers: “These code words can activate Eurosceptic orientations among readerships” (p. 205). Het is dus van belang dat journalisten in een objectief nieuwsbericht duidelijk aangeven van wie zulke woorden komen – en dus niet van henzelf. Deze ‘codewoorden’ zijn dan ook net als metaforen opnieuw een krachtig maar subtiel potentieel instrument om de mening van het publiek te beïnvloeden als een journalist dat zou willen.

Zowel *De Standaard* als *Het Nieuwsblad* bevatten negatieve artikels, maar toch viel op dat de journalisten van *De Standaard* meer aandacht hadden voor nuance en soms zelfs actief pogingen deden om negativiteit te compenseren met uitgesproken positieve boodschappen. In het licht van de ‘vermoorde’ Europese grondwet publiceerde de krant zo een uniek artikel met de kop: “Wat zijn de goede kanten van de Europese Unie?” (“Wat zijn de goede kanten”, *De Standaard*, 2005). De auteur van het artikel suggereerde zelfs dat de EU door de hele crisis te slecht in beeld kwam (“Wat zijn de goede kanten”, *De Standaard*, 2005).

Bovendien bleek tijdens de analyse dat één artikel een wel heel ironisch onderwerp bevatte. In een artikel van *De Standaard* op 22 april 2016 maakt de krant melding van een Zwitsers onderzoek dat het volgende concludeerde: “De berichtgeving in nieuwsprogramma’s op de BBC is negatiever van toon over de Europese Unie dan over de Russische president Vladimir Poetin, of zelfs over de Syrische president (...) Assad.” (“BBC negatiever over EU”, *De Standaard*, 2016). Volgens *De Standaard* bestudeerden de onderzoekers nog andere Europese media en ook daaruit volgde een herkenbare vaststelling: “Ondanks het belang van de EU, omvat de berichtgeving over ‘Brussel’ niet meer dan 3 procent.” (“BBC negatiever over EU”, *De Standaard*, 2016). Een Vlaamse krant als *De Standaard* schrijft dus zelf over een probleem dat we ook bij Vlaamse kranten zien! Sterker nog, in een ander artikel van *De Standaard* over de brexit maakt journalist Dominique Minten in een alinea zelf een analyse van de toon in de Britse berichtgeving over Europa (Minten, *De Standaard*, 2017). Uit deze voorbeelden blijkt dus dat redacties zich soms bewust zijn van de aanwezigheid van een evaluatieve toon in hun artikels. Soms proberen zij daarom actief negatief nieuws te compenseren of waarschuwen zij zelf hun lezers voor de negatieve *framing* van de EU in de media.

Bovenstaande voorbeelden draaiden enkel rond de ‘algemene toon’ van een nieuwsbericht. Dat die niet per definitie gelijk was aan de ‘specifieke toon’, bewijst een artikel uit *Het Nieuwsblad* van augustus 2015 waarin N-VA voorzitter Bart De Wever het Europese asielbeleid bekritiseert (El Mabrouk, *Het Nieuwsblad*, 2015). De specifieke toon van dit artikel codeerde ik als negatief vanwege de negatieve quotes van De Wever, specifiek gericht tegen de Europese Unie. Zo zegt hij bijvoorbeeld: “Ik snap niet in wat voor ivoren toren Europa zit. De EU belet ons dingen te doen die logisch zijn” (El Mabrouk, *Het Nieuwsblad*, 2015). Toch codeerde ik de algemene toon van het artikel als neutraal omdat de journalist expliciet andere stemmen inroept die deze kritiek nuanceren. Zo citeert de journalist politicoloog Carl Devos, die aanhaalt dat een nationaal migratiebeleid – een plan dat De Wever suggereerde – niet de oplossing kan zijn en bovendien de uitspraken van de partijvoorzitter nuanceert door te wijzen dat de lezer die vooral moet begrijpen als boodschap aan de rechtse achterban van de N-VA (El Mabrouk, *Het Nieuwsblad*, 2015). Met behulp van quotes en zonder zelf aan het woord te komen kan de journalist zo op een objectieve manier het loutere negatieve perspectief op Europa compenseren, zonder daarbij over te slaan in een eenzijdig positief verhaal. Er is dus een duidelijk verschil tussen journalisten die quotes gebruiken om de EU van een connotatie te voorzien (waarbij het duidelijk gaat om de mening van die personen; specifieke toon) en journalisten die geen quotes gebruiken en zelf het artikel van een toon voorzien (waarbij het

al veel moeilijker is om te achterhalen wiens 'mening' in die toon vervat zit; algemene toon). Ook Kalkhoven (2009) en Berganza et al. (2012) benoemden dit onderscheid tussen de journalist en de gequoteerde persoon als verantwoordelijke voor de toon van het nieuwsbericht al. Toch ben ik na mijn analyse van mening, net als Berganza en collega's (2012), dat dit onderscheid enigszins kunstmatig is omdat de eindverantwoordelijkheid voor de toon steeds bij de journalist blijft liggen; hij of zij bepaalt immers welke quotes in een bericht aan bod komen. Tijdens mijn analyse zag ik soms dat een journalist bijvoorbeeld negatieve quotes over de EU prominent maakte zonder die van positieve compensatie te voorzien. Deze praktijk is naar mijn mening gevaarlijk omdat het in zulke gevallen erg moeilijk te achterhalen is of de negatieve (of positieve) toon al dan niet een bewuste keuze van de journalist was. Ook Berganza en collega's (2012) halen iets gelijkaardigs aan. Zij stellen bovendien dat we het verschil tussen negativiteit die afkomstig is van de journalist of van elders, niet kunnen vaststellen door middel van een inhoudsanalyse (Berganza et al., 2012, pp. 182-183). Dit is ook meteen een extra argument waarom ik in deze scriptie steeds meer belang hechtte aan de variabele 'algemene toon' dan aan 'specifieke toon'. Het onderscheid tussen beide is immers niet absoluut en moeten we voor een stuk nuanceren.

Het artikel over Bart De Wever is trouwens meteen een goed voorbeeld van het nationale perspectief: er is een nationale (Vlaamse) politicus aan het woord om het Europese beleid van commentaar te voorzien en de gevolgen voor eigen land te schetsen. Bovendien plaatst de journalist dit met de commentaar van Devos ook nog eens binnen nationale partijpolitieke verhoudingen. Daarbovenop laat de journalist geen Europese actor aan het woord en vernoemt hij die zelfs nergens.

Een analyse over de benoeming van Federica Mogherini als Hoge Vertegenwoordiger voor Buitenlands Beleid bevat het tegendeel: geen enkele vermelding van een Belgische persoon, instelling of partij (Keukeleire, *De Standaard*, 2014). Daarmee is het artikel een voorbeeld van een Europees perspectief; het hele artikel draait rond haar benoeming en de gevolgen daarvan voor Europa zonder daarbij ook maar één keer gebruik te maken van een Belgische bril. Bovendien gaat men in het artikel ervan uit dat de lezer weet wat een Hoge Vertegenwoordiger precies is of doet. Nergens legt men dit immers uit. Men veronderstelt dat de lezer deze kennis al heeft. Dit illustreert nog eens dat artikels met een Europees perspectief vaker complex en abstract zijn en bedoeld lijken voor een gespecialiseerder publiek met kennis over de EU.

Het nieuwsbericht over de benoeming van Mogherini is trouwens ook een voorbeeld van een gepersonaliseerd artikel: het hele artikel draait immers rond haar ervaring, achtergrond en zelfs haar persoonlijkheid. In tegenstelling tot de verwachting, bleken gepersonaliseerde nieuwsberichten trouwens niet vaker te draaien rond de Europese 'president', in tegenstelling tot bij De Smedt en collega's (2011a). Vermoedelijk komt dit doordat we de functie van Europese 'president' als 'gezicht' van de Europese Unie heel letterlijk moeten nemen: enkel een erg visueel medium als televisie heeft nood aan een prominent 'gezicht'. De meest voorkomende personen in beide kranten waren, net als op de Vlaamse televisie tijdens dezelfde periode (De Smedt et al., 2011a, p. 12), wel steeds de staatshoofden en de voorzitters van de Commissie en de Raad.

Daarnaast bleek de rol van de individuele journalist soms mee te spelen in de berichtgeving. Zoals ik eerder al aanstipte, leken sommige auteurs gebruik te maken van een eigen 'stijl'. De nieuwsberichten van Bernard Bulcke beschikten bijvoorbeeld meestal over dezelfde kenmerken: een Europees perspectief, personalisering en altijd weinig tot geen quotes. Bovendien stelde hij Europese kwesties steeds op dezelfde manier voor: als een politieke *trade-off* van belangen tussen regeringsleiders die onderhandelen en daarbij de belangen van

hun eigen land steeds willen laten voorgaan. Daarbovenop bestonden de getelde personen in zijn nieuwsberichten nagenoeg altijd uit dezelfde regeringsleiders en staatshoofden. Als EU-expert bij *De Standaard* legde Bulcke in zijn artikels dus een sterke nadruk op het onderhandelingsaspect.

Zoals ik in de literatuurstudie al aanhaalde, kan zoiets reële effecten hebben op de populariteit van de EU. De *framing* door Bulcke zou zo het politiek cynisme bij zijn lezers kunnen versterken (Leconte, 2010, p. 199). Een van de conclusies van mijn onderzoek is dan dat individuele journalisten – zeker als zij expert zijn in een abstract, gespecialiseerd en onpopulair onderwerp als de EU – hun eigen stempel op de EU-berichtgeving kunnen drukken. Over alle Vlaamse media heen zijn er immers relatief weinig journalisten met EU-expertise. Hoewel specialisme aan te moedigen is, blijft ook dit niet zonder gevaar: wat als één journalist bij een bepaalde krant de EU-expert is en tegelijk een erg uitgesproken mening heeft over die EU? Hoewel dit bij Bernard Bulcke niet het geval bleek – ik codeerde zijn artikels zowel neutraal, als negatief en positief – kan een vooringenomen journalist het gevaar met zich meebrengen dat de bewuste krant eenzijdig rapporteert over de Europese Unie en daarmee het publiek beïnvloedt.

## **2.2. Vergelijking periode 1 – periode 2**

Uit de kwantitatieve sectie bleek al dat de periodes 2003-2008 en 2012-2017 redelijk gelijkaardig waren qua toon en perspectief van de berichtgeving. Wel vond ik voor de periode 2012-2017 beduidend meer artikels over de Europese Unie en was toen ook vaker sprake van personalisering in die artikels. Ook de onderwerpen die aan bod kwamen, verschilden sterk tussen beide periodes. Zo was er vanaf 2012 steeds minder ruimte voor politiek en beleid, dat plaats moest ruimen voor meer ‘acute’ onderwerpen zoals de vluchtelingencrisis en de brexit. Wat beide periodes wel gemeenschappelijk hebben is dat aan het einde van beide periodes (respectievelijk in 2007-2008 en 2016-2017) relatief veel artikels verschenen die wezen op de verdeeldheid over de toekomst van de EU. Tijdens 2007-2008 kwam dit voornamelijk door de gefaalde Europese grondwet en tijdens 2016-2017 door de brexit. Opvallend is dus dat het gevoel van crisis binnen de EU – deels opgeroepen door de berichtgeving – doorheen de tijd steeds terug lijkt te komen, ondanks het feit dat elke crisis steeds als ‘de ergste tot nu toe’ werd bestempeld.

Uiteindelijk waren de verschillen tussen de periodes kleiner dan die tussen de types kranten. Daarom ga ik hier in de volgende paragraaf dieper op in.

## **2.3. Vergelijking De Standaard – Het Nieuwsblad**

Naast de eerdergenoemde tegenstellingen, bleken uit de diepgaande lezing van de nieuwsberichten nog enkele subtiele verschillen tussen de kranten die toch grote gevolgen kunnen hebben voor de manier waarop de lezer de EU percipieert.

Allereerst verschilde het complexiteitsgehalte tussen beide kranten. Zoals verwacht voorzag *De Standaard* meer duiding en analyse bij EU-nieuws, terwijl *Het Nieuwsblad* de dingen op een minder complexe en meer toegankelijke manier verwoordde. Zo bevatte de steekproef artikels van *Het Nieuwsblad* die expliciet bedoeld waren voor ‘de Jommekeskrant’<sup>11</sup>. In zo’n bericht legt men op een kindvriendelijke manier uit wat de EU precies is en wat een referendum bijvoorbeeld precies betekent (“Bye bye England!”, *Het Nieuwsblad*, 2016). Bovendien bevat zo’n artikel stevast korte en simpele zinnen. Daarbovenop blijken ook de artikels voor

---

<sup>11</sup>Een gratis bijlage voor kinderen.



volwassenen 'makkelijker' en aantrekkelijker geschreven in *Het Nieuwsblad*: zo gebruikt men veel vaker dan in *De Standaard* quotes en voxpops en zijn de nieuwsberichten doorgaans ook veel korter. Voorzien de journalisten van *Het Nieuwsblad* het Europese nieuws dan nooit van complexere analyses? Natuurlijk wel, maar treffend is dat zulke artikels soms een exacte kopie zijn van de nieuwsberichten in *De Standaard*. Blijkbaar nemen journalisten de pure politieke analyses dus af en toe over uit de kwaliteitstegenhanger. De verklaring hiervoor stipte ik eerder al aan en ligt bij het verschillend redactioneel beleid (een populaire krant investeert minder in politiek nieuws).

De nieuwsberichten in *De Standaard* getuigen daarentegen van een hoge complexiteit en zijn in de meeste gevallen duidelijk geschreven door een EU-specialist (in de eerste periode voornamelijk Bernard Bulcke en vanaf 2012 meer en meer Bart Beirlant). Dit zijn pure politieke analyses over hoe het Europees beleid tot stand komt. Hierbij vermeldde ik al de typische *framing* van beleid als een persoonlijke *trade-off* van macht tussen de belangrijkste politieke kopstukken en lidstaten die elkaar de loef proberen af te steken in onderhandelingen. Vandaar ook het meestal Europese perspectief. Ook andere thema's werden in *De Standaard* steeds volgens dit typisch politieke sjabloon geframed. In tegenstelling tot *Het Nieuwsblad* gebruikt *De Standaard* in die analyses ook zo goed als nooit lange quotes. Ook voxpops ontbreken systematisch; het zijn immers steeds dezelfde personen die opnieuw aan bod komen (de politieke elites). De nieuwsberichten in *De Standaard* zijn daardoor minder aantrekkelijk dan in *Het Nieuwsblad*. Toch geven ze erg kwaliteitsvolle duiding bij de actualiteit die de kennis van de lezer over de Europese Unie enorm kan doen toenemen. Een goed voorbeeld hiervan is een artikel waarin men de veranderingen van het Verdrag van Lissabon volledig in detail uitlegt op maat van leken ("Verdrag van Lissabon", *De Standaard*, 2007). Bovendien voorzag *De Standaard* naar aanleiding van de Europese parlementsverkiezingen in mei 2014 een reeks artikels in een speciale rubriek die specifiek als doel hadden de lezer te onderwijzen in de EU om zo een geïnformeerde keuze te kunnen maken. Daarmee kreeg de lezer antwoorden op vragen als "mag ik op een Spaanse kandidaat stemmen?" ("Mag ik op een Spaanse kandidaat stemmen", *De Standaard*, 2014), waarom een "Verenigde Staten van Europa" niet realistisch is (Beirlant, *De Standaard*, 2014) en wat nu eigenlijk ook alweer de functie is van verschillende Europese instellingen zoals de Commissie, het Parlement en de Raad ("Wat doet de commissie", *De Standaard*, 2014). Een lezer die deze rubriek volgde zou zijn kennis over de Unie dus sterk zien toenemen.

Maar die complexiteit heeft ook gevolgen voor de betrokkenheid van de lezer. Lezers knappen nu eenmaal makkelijker af op de lange en 'moeilijke' artikels in *De Standaard*. Een diepgaande lezing van alle artikels geeft de indruk dat de nieuwsberichten van *Het Nieuwsblad* er wel vaker in slagen de lezer bij het EU-nieuws te betrekken. Het feit dat deze krant ook aan kinderen nieuws over de Europese Unie wil brengen is hier een eerste voorbeeld van. Een ander argument is dat *Het Nieuwsblad* als regionale krant de EU vaak zelfs tot op een lokaal niveau bij haar lezers weet te brengen – met een perspectief dat eerder 'lokaal' dan nationaal is. *Het Nieuwsblad* legt in een artikel van 6 mei 2004 zo het verband tussen de nieuwe lidstaat Hongarije en het Oost-Vlaamse dorpje Sleidinge waaruit "The Shakers" afkomstig zijn: een band die in Hongarije speelde ter gelegenheid van de toetreding (De Cocker, *Het Nieuwsblad*, 2004). Ook het nieuws over de subsidiëring van een kunstencentrum in Kortrijk door de EU (Vanhee, *Het Nieuwsblad*, 2016) of de Europese beslissing over een lokaal vleermuisenproject ("EU spreekt zich uit", *Het Nieuwsblad*, 2006) is hiervan een voorbeeld. Zulke artikels tonen de lezers impact van de Europese Unie in hun dagelijkse lokale leven en zorgen daarom voor een grotere betrokkenheid. Op die manier is Europa immers geen abstract, ver-van-mijn-bed

gegeven meer, maar iets dat letterlijk in de eigen straat gebeurt. In dat opzicht brengt *Het Nieuwsblad* de EU dus dichterbij de burger dan *De Standaard*. Dit leidt tot meer uitgesproken opinies (zowel positief als negatief).

Uiteindelijk bericht de ene soort krant niet 'beter' over de Europese Unie dan de andere. Beide hebben hun eigen sterke punten en kunnen op hun manier (met genuanceerde informatie of betrokkenheid) een bijdrage leveren aan het Europese project. Dat ik in dit onderzoek vaststelde dat *De Standaard* en *Het Nieuwsblad* af en toe exacte kopieën van elkaars artikels publiceerden hoeft dan ook geen groot probleem te zijn. Twee kranten binnen hetzelfde mediabedrijf zijn immers ideaal geplaatst om van elkaars sterkten te profiteren, om zo de algehele berichtgeving tot een hoger niveau te tillen.

De volgende tabel vat de belangrijkste verschillen tussen de twee kranten samen:

[Tabel 8: Samenvatting vergelijking beide kranten](#)

Kenmerk van de berichtgeving	De Standaard	Het Nieuwsblad
<b>Hoeveelheid</b>	Meer nieuwsberichten over EU	Minder nieuwsberichten over EU
<b>Toon</b>	Minder negatief (neutraler) over EU	Negatiever over EU
<b>Thema's</b>	Voornamelijk 'harde' thema's	Voornamelijk 'zachte' thema's
<b>Perspectieven</b>	Voornamelijk Europees perspectief	Voornamelijk nationaal perspectief (bijna 'lokaal' perspectief)
<b>Personalisering</b>	Minder personalisering	Meer personalisering
<b>Troef EU-nieuws</b>	Complexer: meer duiding en analyse, meer informatie, EU-expertise	Minder complex: breed toegankelijk, EU in dagelijkse leven, aantrekkelijker, betrokkenheid

Bron: eigen samenstelling

### 3. OVERZICHT RESULTATEN

Onderstaande tabel geeft tot slot nog eens een globaal overzicht van de voornaamste resultaten van dit onderzoek:

Tabel 9: Samenvatting resultaten

Hypothesen		Resultaten
H1	Weinig berichtgeving, maar stijging van hoeveelheid doorheen de tijd	+/-
H2	Overwegend neutrale berichtgeving, maar stijging negativiteit doorheen de tijd	+/-
H3	Overwegend nationaal perspectief, maar toename Europees perspectief doorheen de tijd	-
H4	Algemene personaliseringstrend	+/-
H5	Verschillende thema's domineren op verschillende momenten in de tijd	+
H6	De Standaard bericht méér, minder negatief, meer Europees, minder gepersonaliseerd over de EU dan Het Nieuwsblad. De Standaard bevat andere thema's dan Het Nieuwsblad.	+

Legende:      + bevestigd      - verworpen      +/- deels bevestigd      Bron: eigen samenstelling

## DEEL V: CONCLUSIE

### **1. CONCLUSIE**

Uiteindelijk hebben we een beter beeld van de Vlaamse berichtgeving over Europa tussen 2003 en 2017. Het aantal nieuwsberichten over de EU steeg volgens mijn steekproef doorheen de jaren slechts bescheiden. Toch is deze kleine toename relevant als men beseft dat ook de zichtbaarheid van het EU-nieuws toenam op de lange termijn (Boomgaarden et al., 2010). Desondanks komt deze kleine stijging niet overeen met het toenemende belang van de EU.

Bovendien moeten we enkele stellingen nuanceren. De conclusies dat zowel de Europese media (van onder andere Maier & Maier, 2008; 't Lam, 2012, pp. 221, 231; Leconte, 2010) als de Vlaamse berichtgeving (De Smedt et al., 2011a en 2011b) over de Europese Unie erg nationaal gekleurd zijn en dat die berichtgeving aan negativiteit wint (Berganza et al., 2012), gelden alvast niet voor de twee Vlaamse kranten die ik hier bestudeerde. Deze masterproef toonde aan dat er op lange termijn eerder sprake is van fluctuatie dan van lineaire toenames bij beide factoren en dus dat het verhaal complexer is dan men tot nu toe soms voorstelt. De fluctuatie in perspectieven die ik vaststelde, bevestigt wel de variaties die ook Azrout en collega's (2013) en Brüggemann en Kleinen-von Königslöw (2009) vonden. Die laatste concludeerden terecht: "Each newspaper has developed its own unique pattern of Europeanization that remains relatively stable over time" (Brüggemann & Kleinen-von Königslöw, 2009, p. 42). Uit deze masterproef kunnen we trouwens besluiten dat het nieuws in kranten meer 'Europees' is dan op televisie (zie De Smedt et al., 2011b).

Verder bleken ook de thema's van de EU-berichtgeving erg onderhevig aan variatie, voornamelijk door de afwisseling in grote (thematische) crisissen voor de EU. Daarnaast stelde ik een bescheiden personalisering vast van het Vlaamse EU-nieuws. Deze masterproef bewijst dat onderzoekers die personalisering op lange termijn bestuderen, wel steeds moeten controleren voor verschillende types media. Dat er ook voor het Europees nieuws immers grote verschillen bestaan tussen kwaliteits- en populaire kranten, liep als een rode draad door dit onderzoek.

Aan de ene kant zette *De Standaard* volledig in op duiding en educatie door zelfs een speciale rubriek te lanceren naar aanleiding van de Europese verkiezingen en maakte *Het Nieuwsblad* haar Europees nieuws zo toegankelijk dat zelfs kinderen over de EU konden lezen. Hoewel *De Standaard* meer EU-nieuws bevatte, hadden de artikels uit *Het Nieuwsblad* vermoedelijk meer invloed op het publiek vanwege het hogere bereik. Aan de andere kant namen beide kranten ook nieuwsberichten van elkaar over, wat kan wijzen op een vruchtbare kruisbestuiving als men zo gespecialiseerde informatie en toegankelijke betrokkenheid binnen één krant combineert. In plaats van beide types tegenover elkaar te plaatsen, zoals onder andere Debackere en collega's (2002) en 't Lam (2012) doen, beschouw ik *De Standaard* en *Het Nieuwsblad* dan ook eerder als complementair. Een combinatie van de sterkten van beide zou de bestaande kennis- en waarderingskloof tussen beide doelpublieken – die volgens sommige auteurs enkel groeit en een oorzaak is van het toenemende euroscepticisme ('t Lam, 2012, p. 222) – zelfs kunnen beginnen dichten.

Tijdens het toetsen van de hypothesen ontdekte ik nog andere zaken die belangrijk zijn voor volgend onderzoek. Zo bleken metaforen en eurosceptische 'codewoorden' ook in de Vlaamse berichtgeving subtiele instrumenten van negativiteit over de EU te zijn. Toch konden de Vlaamse journalisten in deze studie hier soms kritisch en zelfbewust mee omgaan. Tot slot

moeten onderzoekers die de EU-berichtgeving bestuderen ook rekening houden met enkele minder vanzelfsprekende factoren, zoals de toenemende economische druk op nieuwsredacties (en het mogelijke verband met meer nationale perspectieven) en de invloed van een individuele EU-specialist binnen een medium.

Al bij al blijkt dat de berichtgeving over de Europese Unie tussen 2003 en 2017 niet zoveel verschilde van die tussen 1991 en 2001 zoals beschreven door Baetens en Bursens (2005). Ook de verschillen die Peter 't Lam (2012) tussen 1994 en 2006 al vond voor kwaliteitskranten en populaire kranten blijken nog steeds van toepassing. Zo krijgen we dus één tijdslijn en zien we dat er in de lange periode van de jaren 1990 tot en met 2017 minder veranderde aan het EU-nieuws dan men soms denkt. Toch bleef niet alles hetzelfde: zo doken er vanaf 2003 echt wel meer Europese perspectieven op in de berichtgeving dan voordien. Mogelijk moeten we de evolutie naar een meer 'Europese' berichtgeving plaatsen op een veel langere tijdslijn dan aanvankelijk gedacht.

## **2. DISCUSSIE**

Een eerste verwezenlijking van deze masterproef voor het wetenschappelijk onderzoek is dat ze duidelijk kon aantonen dat er, ook voor het EU-nieuws in Vlaanderen, grote verschillen bestaan tussen kwaliteitskranten en populaire kranten. Onderzoekers zullen dus altijd rekening moeten houden met deze tweespalt. Dankzij de comparatieve opzet ging deze scriptie ook verder dan een puur descriptieve bijdrage aan het onderzoeksveld.

Een tweede punt houdt in dat we de 'cyclische' aard van de berichtgeving eventueel moeten herdenken. Kan het zijn dat de EU-berichtgeving zich structureert rond enkele zeldzame crisismomenten in plaats van de frequentere *key events* die men traditioneel bestudeert? Misschien is het daarom relevanter om de EU-berichtgeving in de toekomst te bekijken door de bril van crisisperiodes in plaats van eventperiodes.

Het langetermijnperspectief dat deze masterproef creëerde, kan alvast helpen om nieuw onderzoek te kaderen. Nu we immers een zicht hebben op de Belgische berichtgeving over de EU vanaf de jaren 1990 tot 2017 kan eindelijk ook het Vlaamse mediasysteem eens dienen als casus van vergelijking tussen landen. Zo kunnen de mate van Europeanisering en de manier waarop personalisering in nieuws aan bod komt nog verschillen tussen landen (Boomgaarden, Boumans, & Vliegenthart, 2013; Maier & Maier, 2008, p. 409). Ook moeten de mate van negativiteit en de thematische verdeling die ik met dit onderzoek vaststelde nog vergeleken worden met andere mediasystemen. De resultaten van deze masterproef bieden voor de vergelijking met Vlaanderen en een vergelijking met de periode 2003-2017 alvast een eerste basis.

Tot slot deed ik tijdens dit onderzoek ook een poging om 'nationaal' en 'Europees' perspectief te operationaliseren op een manier die verder gaat dan tot nu toe (waarbij men meestal enkel het aantal actoren telt). Hopelijk kunnen andere onderzoekers voortbouwen op mijn omschrijvingen van deze concepten in het codeboek om deze elementen in de toekomst nog explicieter te onderzoeken.

Anderzijds kende deze masterproef ook beperkingen. Een daarvan was de steekproef, die moest balanceren tussen toevalligheid en de bewuste opname van *key events*. Daarnaast bleken 465 artikels uiteindelijk niet genoeg om de resultaten van een sluitende onderbouwing te voorzien. Daardoor kan ik wel sterk vermoeden, maar niet garanderen dat alle conclusies gelden voor de totale EU-berichtgeving in Vlaanderen tussen 2003 en 2017. Verder waren ook

de keuzes die ik maakte in mijn codeboek bepalend voor de uitkomst. De manier waarop ik concepten als 'perspectief' en 'personalisering' definieerde, heeft ongetwijfeld mijn resultaten mee vormgegeven. Zo zou toekomstig onderzoek bij de zoektocht naar 'Europese' perspectieven bijvoorbeeld dezelfde codevoorschriften moeten hanteren als in mijn codeboek, om na te gaan of men dan een even groot aandeel Europese perspectieven ontdekt. Tot slot kan men de conclusies over de algemene toon best niet overschatten aangezien de intercodeurbetrouwbaarheid voor deze variabele niet optimaal was.

Verder onderzoek zou het mogelijke verband tussen economische neergang en meer nationale perspectieven moeten bestuderen. Met deze masterproef vond ik hier immers wel indicaties voor, maar nog geen bewijs. Daarnaast moet men nog andere media onderzoeken, waaronder andere kranten, televisie en zelfs de nieuwe (sociale) media. Pas dan kunnen we echt een totaalbeeld schetsen van het Vlaamse medialandschap. Zoals aangegeven in de vorige alinea zou een uitgebreider vervolgonderzoek zich ook moeten baseren op meer cases om sommige conclusies van deze scriptie definitief hard te kunnen maken.

Een andere interessante piste is het onderzoek naar fouten in de berichtgeving over de Europese Unie. Uit mijn stage – en heel soms ook uit het onderzoek voor deze masterproef – bleek immers dat af en toe feitelijke fouten in het nieuws terechtkomen. Aangezien kranten en televisie nog steeds de belangrijkste bron van informatie over de EU zijn voor burgers is het erg belangrijk dat we dit in kaart brengen, zeker in het licht van het groeiend euroscepticisme.

Daarnaast wees deze masterproef ook op duidelijke maatschappelijke implicaties. Zo kan economische druk op nieuwsredacties het euroscepticisme mogelijk in de hand werken (vanwege minder en meer nationaal EU-nieuws). En het feit dat EU-berichtgeving vooral 'crisisberichtgeving' lijkt te zijn, kan lezers een eenzijdig beeld geven van een Europese Unie die permanent in crisis verkeert maar nooit iets verwezenlijkt. Ook dit stimuleert euroscepticisme. Anderzijds is er voor aanhangers van de *European public sphere* reden tot optimisme vanwege het grote aantal Europese perspectieven dat ik vaststelde. Binnen de Vlaamse media zitten we dan toch niet 'vast' binnen onze nationale kaders. Hoewel de weg nog lang is, zijn we in Vlaanderen sinds 2003 dus al dichterbij de *European public sphere* dan vermoed.

De ultieme vraag die ik al bij aanvang van deze scriptie stelde is natuurlijk: welke effecten zou dit allemaal kunnen hebben op de Vlaamse lezers? Hoewel een eenduidig effect van berichtgeving op publieke opinie sowieso erg moeilijk in te schatten is (Norris, 2000, p. 38), zouden onderzoekers op basis van de resultaten uit deze masterproef toch een aantal zaken verder kunnen testen. Zo kunnen Vlamingen misschien geen echte meningen hebben over de EU vanwege de lage hoeveelheid EU-nieuws. De licht toegenomen berichtgeving lost dit probleem niet per definitie op. Méér nieuws kan zelfs een oorzaak zijn van het toenemende euroscepticisme, aangezien een toename in het EU-nieuws bij laag- en matig opgeleiden net leidt tot minder appreciatie voor de EU ('t Lam, 2012, p. 158) en uit mijn onderzoek blijkt dat die toename er vooral was bij *Het Nieuwsblad* – met iedereen behalve de hoogstopgeleide Vlamingen als doelpubliek (De Bens & Raeymaeckers, 2007, p. 320). Die krant had bovendien het hoogste bereik. En zijn de Vlaamse lezers negatief over Europa omdat ze tussen 2003 en 2017 meer negatief dan positief nieuws te verwerken kregen? Of hadden enkele pogingen tot actieve positieve compensatie zoals bij *De Standaard* uiteindelijk het grootste effect omdat de lezers deze als uitzonderlijk registreerden en die informatie daarom beter verwerkten? (Boomgaarden et al., 2008, p. 433). De sterk 'Europese' berichtgeving kan dan weer zowel zorgen voor meer kennis over Europa als meer euroscepticisme bij de lezer (vanwege de lage

betrokkenheid). Zeker is dat het effect van de media op de publieke opinie ook zal afhangen van andere elementen zoals leeftijd, voorkennis, politieke systeem... Bovendien hebben nog tal van andere factoren zoals het beleid en de communicatie van de Europese Unie zelf (zie ook Statham, 2010, p. 148) of de economische conjunctuur een invloed op de beoordeling van de EU. De media krijgen dan ook vaak onterecht de schuld van het Europese democratisch deficit. Berichtgeving kan nooit de enige oorzaak van euroscepticisme zijn.

Toch mag duidelijk zijn dat er wel degelijk media-effecten zijn. Zeker binnen de context van het opkomende *fake news* en de naderende Europese verkiezingen van 2019 is het dus noodzakelijk dat wetenschappers de media kritisch blijven doorlichten. Elk onderzoek dat de berichtgeving over de Europese Unie bestudeert, is daarom weliswaar slechts een kleine, maar wel betekenisvolle stap richting de mogelijke redding van het Europese project.

## BIBLIOGRAFIE

Azrout, R., Boomgaarden, H., de Vreese, C., Elenbaas, M., Schuck, A., van Spanje, J., & Vliegenthart, R. (2013). Across time and space: Explaining variation in news coverage of the European Union. *European Journal of Political Research*, 52, 608-629. doi: 10.1111/1475-6765.12009

Azrout, R., de Vreese, C., & van Spanje J. (2012). When news matters: Media effects on public support for European Union enlargement in 21 countries. *Journal of Common Market Studies*, 50(5), 691-708. doi: 10.1111/j.1468-5965.2012.02255

Baetens, M., & Bursens, P. (2005). Mass media coverage and the reduction of the legitimacy deficit in the EU. The Belgian case. PSW-paper 2005/4, Politieke Wetenschappen, Universiteit Antwerpen. Geraadpleegd op <https://repository.uantwerpen.be/docman/irua/f6a46d/6389.pdf>

Banducci, S., Boomgaarden, H., de Vreese, C., & Semetko, H. (2006). The news coverage of the 2004 European parliamentary election campaign in 25 countries. *European Union Politics*, 7(4), 477-504. doi: 10.1177/1465116506069440

Beckers, K., Masini, A., Sevenans, J., De Smedt, J., van der Burg, M., Van den Bulck, H., & Walgrave, S. (2017). Are newspapers' news stories becoming more alike? Media content diversity in Belgium, 1983-2013. *Journalism*, 1-19. doi: 10.1177/1464884917706860

Berganza, R., Esser, F., & Lengauer, G. (2012). Negativity in political news: A review of concepts, operationalizations and key findings. *Journalism*, 13(2), 179-202. doi: 10.1177/1464884911427800

Boomgaarden, H., Boumans, J., & Vliegenthart, R. (2013). Media personalisation in context: A cross-national comparison between the UK and the Netherlands, 1992-2007. *Political Studies*, 61, 198-216. doi: 10.1111/1467-9248.12013

Boomgaarden, H., de Vreese, C., Schuck, A., & Vliegenthart R. (2008). News coverage and support for European integration, 1990-2006. *International Journal of Public Opinion Research*, 20(4), 415-439. doi: 10.1093/ijpor/edn044

Boomgaarden, H., de Vreese, C., Schuck, A., & Vliegenthart, R. (2010). News on the move: exogenous events and news coverage of the European Union. *Journal of European Public Policy*, 17(4), 506-526. <http://dx.doi.org/10.1080/13501761003673294>

Brüggemann, M., & Kleinen-von Königslöw, K. (2009). 'Let's talk about Europe'. Why Europeanization shows a different face in different newspapers. *European Journal of Communication*, 24(1), 27-48. doi: 10.1177/0267323108098944

D'Hulster, L. (2015). *Belgian public opinion, a matter of public feelings? An assessment of Belgian support for EU-membership throughout the years* (Masterproef, Universiteit Antwerpen). Geraadpleegd op [http://scriptiebank.be/sites/default/files/Masterthesis\\_Liesje%20D%27Hulster\\_PDF.pdf](http://scriptiebank.be/sites/default/files/Masterthesis_Liesje%20D%27Hulster_PDF.pdf)

De Bens, E., & Raeymaeckers, K. (2007). *De pers in België. Het verhaal van de Belgische dagbladpers gisteren, vandaag en morgen* (3<sup>de</sup> herziene editie). Leuven: LannooCampus.

De Smedt, J., Hooghe, M., & Walgrave, S. (2011a). *Europa in zicht? De Europese Unie in het Vlaamse televisienieuws (2003-2010)* (Elektronisch Nieuwsarchief, Nieuwsmonitor Nr. 6).



Geraadpleegd via de website van Steunpunt Media:  
[http://www.steunpuntmedia.be/?page\\_id=17](http://www.steunpuntmedia.be/?page_id=17)

De Smedt, J., Hooghe, M., & Walgrave, S. (2011b). De Europese Unie in de media: een nobele onbekende. *Internationale Spectator: tijdschrift voor internationale politiek*, 65(11), 598-601.

de Vreese, C. (2001). 'Europe' in the news: A cross-national comparative study of the news coverage of key EU events. *European Union Politics*, 2(3), 283-307.

de Vreese, C., & Peter, J. (2004). In search of Europe: A cross-national comparative study of the European Union in national television news. *The International Journal of Press/Politics*, 9(4), 3-24. doi: 10.1177/1081180X04270597

de Vreese, C., & Schuck, A. (2011). Finding Europe: Mapping and explaining antecedents of 'Europeanness' in news about the 2009 European parliamentary elections. *Studies in Communication/Media (SCM)*, 2(1), 265-294. <https://doi.org/10.5771/2192-4007-2011-2-265>

de Vreese, C., & van Spanje, J. (2014). Europhile media and Eurosceptic voting: Effects of news media coverage on Eurosceptic voting in the 2009 European parliamentary elections. *Political Communication*, 31, 325-354. doi: 10.1080/10584609.2013.828137

Debackere, J., Hautekeete, L., & Peersman, W. (2002). "Politiek in de krant: hebt u iets gemerkt?" Een onderzoek naar de tabloidisering van de politieke berichtgeving in vier Vlaamse dagbladen. *Tijdschrift voor Sociologie*, 23(3-4), 343-369.

Desmet, P., de Vreese, C., & van Spanje, J. (2015). Discussing the democratic deficit: Effects of media and interpersonal communication on satisfaction with democracy in the European Union. *International Journal of Communication*, 9, 3177-3198.

Europese Commissie, Directoraat-Generaal voor Communicatie. (2017). *Standard Eurobarometer 88, Autumn 2017. Public opinion in the European Union, first results*. Geraadpleegd op <http://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/index.cfm/Survey/index#p=1&instruments=STANDARD>

Gattermann, K. (2013). News about the European parliament: patterns and external drivers of broadsheet coverage. *European Union Politics*, 14(3), 436-457. doi: 10.1177/1465116513476146

Gattermann, K., & Vasilopoulou, S. (2015). Absent yet popular? Explaining news visibility of members of the European parliament. *European Journal of Political Research*, 54, 121-140. doi: 10.1111/1475-6765.12071

Goodwin, M., & Milazzo, C. (2015). *Britain, the European Union and the Referendum: What drives Euroscepticism?*, onderzoekspaper van Europe Programme, Chatham House. Geraadpleegd op <https://www.chathamhouse.org/publication/britain-european-union-referendum-what-drives-euroscepticism>

Gray, E., & Medrano, J. (2010). Framing the European Union in National Public Spheres. In: R. Koopmans & P. Statham (Red.), *The making of a European public sphere. Media discourse and political contention* (pp 125-150). New York, NY, Verenigde Staten: Cambridge University Press.

- Jankowski, N., van Os, R., & Vergeer, M. (2007). Political communication about Europe on the internet during the 2004 European parliament election campaign in nine EU member states. *European Societies*, 9(5), 755-775. doi: 10.1080/14616690701412871
- Kalkhoven, L. (2009). *De Eurosceptische Unie. Een kwantitatief onderzoek naar het aandeel van media en politiek in het veroorzaken van Euroscepticisme via nieuwsframes* (Masterproef, Universiteit Antwerpen). Geraadpleegd op <http://www.politiekecommunicatie.be/thesis2009/Masterproef%20Lieuwe%20Kalkhoven.pdf>
- Kohlbacher, F. (2006). The use of qualitative content analysis in case study research. *Forum: Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research*, 7(1), 1-30. Geraadpleegd op <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/75/153>
- Koopmans, R., & Statham, P. (Red.). (2010). *The making of a European public sphere. Media discourse and political contention*. New York, NY, Verenigde Staten: Cambridge University Press.
- Lacy, S., Lovejoy, J., Riffe, D., & Watson, B. (2015). Issues and best practices in content analysis. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 92(4), 791-811. doi: 10.1177/1077699015607338
- Leconte, C. (2010). *Understanding Euroscepticism*. Basingstoke, Verenigd Koninkrijk: Palgrave Macmillan.
- Leroy, P., & Siune, K. (1994). The role of television in European elections: The cases of Belgium and Denmark. *European Journal of Communication*, 9(1), 47-69. doi: 10.1177/0267323194009001003
- Maier, J., & Maier, M. (2008). News coverage of EU parliamentary elections. In L. Kaid & J. Strömbäck (Red.), *The handbook of election news coverage around the world* (pp. 403-420). New York, NY, Verenigde Staten: Routledge.
- Norris, P. (2000). *A virtuous circle. Political communications in postindustrial societies*. Cambridge, Verenigd Koninkrijk: Cambridge University Press.
- Semetko, H., & Valkenburg, P. (2000). Framing European politics: A content analysis of press and television news. *Journal of Communication*, 50(2), 93-109.
- Sheafer, T., Stanyer, J., & Van Aelst, P. (2011). The personalization of mediated political communication: a review of concepts, operationalizations and key findings. *Journalism*, 13(2), 203-220.
- Statham, P. (2010). Making Europe news: journalism and media performance. In: R. Koopmans & P. Statham (Red.), *The making of a European public sphere. Media discourse and political contention* (pp 125-150). New York, NY, Verenigde Staten: Cambridge University Press.
- 't Lam, P. (2012). *Impressions of European integration: A comparative analysis of the impact of EU news in European newspapers on European audiences* (Proefschrift, Vrije Universiteit Amsterdam). Geraadpleegd op <https://research.vu.nl/ws/portalfiles/portal/42206248>
- Trenz, H-J. (2007). 'Quo vadis Europe?' Quality newspapers struggling for European unity. In: J.E. Fossum & P. Schlesinger (Red.), *The European Union and the public sphere. A*

*communicative space in the making?* (pp. 89-109). New York, NY, Verenigde Staten: Routledge.

Trenz, H-J. (2008). Understanding media impact on European integration: Enhancing or restricting the scope of legitimacy of the EU? *Journal of European Integration*, 30(2), 291-309. <http://dx.doi.org/10.1080/07036330802005516>

Van den Brande, L. (2017). *De banden aanhalen met de EU-burger: een nieuwe kans. "Over ons, met ons, voor ons"*, Bureau voor publicaties van de Europese Unie.

## LIJST VAN BRONNEN

De volgende lijst omvat enkel de krantenartikels die ik in deze scriptie geciteerd of geparafraseerd heb.

Beirlant, B. (2014, 7 mei). Waarom Van Rompuy geen Obama is. *De Standaard/Special*, p. 10.

Bulcke, B. (2006, 29 april). Commissie gaat door zonder EU-grondwet. *De Standaard*, p. 12.

De Cock, J. (2005, 6 juni). Help, een blijk van vertrouwen in de Europese keuken. *De Standaard*, p. 45.

De Cocker, N. (2004, 6 mei). The Shakers voeren Hongarije EU binnen. *Het Nieuwsblad*, p. 18.

Depoortere, W. (2005, 2 juni). Nederland geeft Grondwet doodsteek. *Het Nieuwsblad*, p. 1.

Depoortere, W. (2005, 7 juni). Britten blazen referendum over Grondwet af. *Het Nieuwsblad*, p. 11.

El Mabrouk, F. (2015, 27 augustus). 'Desnoods moeten we zelf onze grenzen controleren'. *Het Nieuwsblad*, p. 9.

Evers, D. (2004, 26 april). 'Noren betalen meest voor uitbreiding Europese Unie'. *De Standaard*, p. 11.

Keukeleire, S. (2014, 2 september). Mogherini is nog zo'n gekke keuze niet. *De Standaard*, p. 38.

Minten, D. (2017, 17 juli). Is Brexit wel een goed idee? *De Standaard*, p. 14.

Reyns, J. (2016, 28 juni). Populisten leggen bom onder Europese banken. *De Standaard*, p. 24.

Vanhee, K. (2016, 29 april). Europees geld voor Buda. *Het Nieuwsblad*, p. 4.

BBC negatiever over EU dan over Poetin. (2016, 22 april). *De Standaard*, p. 19.

Bye bye England! (2016, 29 juni). *Het Nieuwsblad/Jommekeskrant*, p. 3.

EU spreekt zich uit over vleermuisproject. (2006, 22 april). *Het Nieuwsblad*, p. 24.

Mag ik op een Spaanse kandidaat stemmen? EU-verkiezingen zonder Europese kieskring. (2014, 7 mei). *De Standaard/Special*, p. 9.

Meest eurosceptische campagne. (2004, 12 juni). *De Standaard*, p. 35.

Nederland stemt tegen 'bemoeiziek' Europa. (2005, 1 juni). *Het Nieuwsblad*, p. 9.

Stijgers en dalers. (2016, 22 juni). *De Standaard*, p. 29.

Verdrag van Lissabon in een notendop. (2007, 14 december). *De Standaard*, p. 18.

Wat doet de commissie ook al weer? (2014, 7 mei). *De Standaard/Special*, p. 8.

Wat zijn de goede kanten van de Europese Unie? (2005, 4 juni). *De Standaard*, p. 26.

## LIJST VAN TABELLEN

Tabel 1: Samenvatting hypothesen .....	20
Tabel 2: Variabelen per hypothese .....	24
Tabel 3: Totaal aantal artikels per krant en per periode .....	27
Tabel 4: Totale relatieve aandeel van artikels met een bepaalde algemene toon voor beide kranten.....	31
Tabel 5: Totaal soorten perspectieven voor beide kranten van 2003 tot 2017 (relatieve cijfers) .....	36
Tabel 6: Totaal aantal keren personalisering .....	40
Tabel 7: Ranking van meest voorkomende thema's in De Standaard versus Het Nieuwsblad (relatieve cijfers).....	44
Tabel 8: Samenvatting vergelijking beide kranten.....	50
Tabel 9: Samenvatting resultaten .....	51

## LIJST VAN FIGUREN

Figuur 1: Totaal aantal artikels per krant.....	27
Figuur 2: Evolutie in totale hoeveelheid artikels voor beide kranten van 2003 tot en met 2017.....	28
Figuur 3: Aantal artikels per geselecteerde week voor beide kranten in het jaar 2016.....	29
Figuur 4: Evolutie in hoeveelheid artikels per krant van 2003 tot en met 2017.....	30
Figuur 5: Totale relatieve aandeel van artikels met een bepaalde algemene toon voor Het Nieuwsblad .....	32
Figuur 6: Evolutie in relatieve aandeel van artikels met een bepaalde algemene toon voor De Standaard (2003 tot 2017).....	33
Figuur 7: Evolutie in relatieve aandeel van artikels met een bepaalde algemene toon voor Het Nieuwsblad (2003 tot 2017).....	33
Figuur 8: Evolutie in het relatieve aandeel van het aantal artikels met een bepaalde specifieke toon voor De Standaard, 2003 tot 2017 .....	35
Figuur 9: Verdeling perspectieven in artikels van De Standaard (2003 tot 2017) .....	36
Figuur 10: Verdeling perspectieven in artikels van Het Nieuwsblad (2003 tot 2017) .....	37
Figuur 11: Evolutie in perspectieven voor De Standaard van 2003 tot 2017 (relatieve cijfers) .....	38
Figuur 12: Evolutie in perspectieven voor Het Nieuwsblad van 2003 tot 2017 (relatieve cijfers) .....	38
Figuur 13: Evolutie in gemiddelde percentage personalisering voor beide kranten berekend per periode .....	40
Figuur 14: Evolutie in gemiddelde percentage personalisering per krant berekend per periode .....	41
Figuur 15: Totale verdeling van thema's voor beide kranten (relatieve cijfers) .....	42
Figuur 16: Totale relatieve aandeel van elk thematisch onderwerp voor beide kranten per jaar; 2003-2017.....	43

## BIJLAGE 1: OVERZICHT STEEKPROEF

Voorbeeld:

2003 – Januari – Week 1: ik selecteerde alle artikels uit Gopress Academic van 1 januari 2003 t.e.m. 7 januari 2003 die de EU als hoofdonderwerp hadden. Voor het jaar 2003 heb ik zo nog de artikels uit 7 andere weken geselecteerd: week 2 in februari 2003, week 3 in maart 2003, week 4 in april 2003, week 1 in mei 2003 en zo verder. Voor elk jaar heb ik zo alle artikels van acht willekeurige weken verzameld. Ik gebruikte dit schema zowel voor *De Standaard* als voor *Het Nieuwsblad*.

### Periode 1: 2003 t.e.m. 2008

<b>Belangrijke Europese evenementen</b>			
2003	Januari	Week 1	
	Februari	Week 2	17 februari 2003: speciale Europese top (crisis Irak)
	Maart	Week 3	20-21 maart 2003: Europese top
	April	Week 4	
	Mei	Week 1	
	Juni	Week 2	
	Juli	Week 3	
	Augustus	Week 4	
2004	Mei	Week 1	1 mei 2004: toetreding 10 landen
	Juni	Week 2	10-13 juni 2004: Europese parlementsverkiezingen
	November	Week 3	
	December	Week 4	
2005	Januari	Week 1	
	Februari	Week 2	
	Maart	Week 4	25-26 maart 2004: Europese top
	April	Week 4	
	Juni	Week 1	1 juni 2005: referendum in Nederland EU-grondwet
	Juni	Week 2	
	Juli	Week 3	
	Mei	Week 4	29 mei 2005: referendum in Frankrijk EU-grondwet
2006	September	Week 1	
	Oktober	Week 2	
	November	Week 3	
	December	Week 3	14-15 december 2005: Europese top
	Januari	Week 1	
	Februari	Week 2	
	Maart	Week 4	23-24 maart 2006: Europese top
	April	Week 4	
2007	Mei	Week 1	
	Juni	Week 2	15-16 juni 2006: Europese top
	Juli	Week 3	
	Augustus	Week 4	
	September	Week 1	
	Oktober	Week 2	
	November	Week 3	
	December	Week 2	13 december 2007: ondertekening Verdrag van Lissabon
2008	Januari	Week 1	1 januari 2007: toetreding Bulgarije en Roemenië

2008	Februari	Week 2	
	Maart	Week 2	8-9 maart 2007: Europese top
	April	Week 4	
	Mei	Week 1	
	Juni	Week 3	19-20 juni 2008: Europese top
	Juli	Week 3	
	Augustus	Week 4	
	September	Week 1	1 september 2008: speciale Europese top (relaties met Rusland n.a.v. crisis Georgië)
	Oktober	Week 2	12 oktober 2008: bijeenkomst Eurogroep
	November	Week 3	
	December	Week 4	

### Periode 2: 2012 t.e.m. 2017

#### Belangrijke Europese evenementen

2012	Januari	Week 1	
	Februari	Week 2	
2013	Maart	Week 1	1-2 maart 2012: Europese top en 2 maart 2012: bijeenkomst Eurogroep
	April	Week 4	
	Mei	Week 1	
	Juni	Week 2	
	Juli	Week 3	
	Augustus	Week 4	
	Juli	Week 1	1 juli 2013: toetreding Kroatië
	Oktober	Week 2	
2014	November	Week 3	
	December	Week 4	
	Januari	Week 1	
	Februari	Week 2	7-8 februari 2013: Europese top
	Maart	Week 3	14 maart 2013: bijeenkomst Eurogroep. 14-15 maart 2013: Europese top
	April	Week 4	
	Mei	Week 1	
	Juni	Week 2	
	Juli	Week 3	16 juli 2014: speciale Europese top (sancties Rusland)
	Mei	Week 4	22-25 mei 2014: Europese parlementsverkiezingen
2015	September	Week 1	
	Oktober	Week 4	23-24 oktober 2014: Europese top
	November	Week 3	
	December	Week 4	
	Januari	Week 1	
	Februari	Week 2	12 februari 2015: informele Europese top
	Maart	Week 3	19-20 maart 2015: Europese top
	April	Week 4	23 april 2015: speciale Europese top (migratie)
2016	Mei	Week 1	
	Juni	Week 2	
	Juli	Week 3	
	Augustus	Week 4	
	September	Week 1	



	Oktober	Week 2	
	November	Week 3	
	<b>Juni</b>	Week 4	23 juni 2016: brexit referendum
	Januari	Week 1	
	Februari	Week 3	18-19 februari 2016: Europese top
	Maart	Week 3	17-18 maart 2016: Europese top
	April	Week 4	
2017	Mei	Week 1	
	Juni	Week 4	22-23 juni 2017: Europese top. 22 juni 2017: speciale top (brexit, zonder VK)
	Juli	Week 3	
	Augustus	Week 4	
	September	Week 1	
	Oktober	Week 3	19-20 oktober 2017: Europese top
	November	Week 3	
	<b>April</b>	Week 4	29 april 2017: speciale Europese top (brexitonderhandelingen)

## BIJLAGE 2: OVERZICHT AANTAL ARTIKELS

Periode 1		De Standaard	Het Nieuwsblad	TOTAAL:
	2003	22	3	25
	2004	32	13	45
	2005	45	9	54
	2006	36	6	42
	2007	32	2	34
	2008	22	1	23
	<b>TOTAAL:</b>	<b>189</b>	<b>34</b>	<b>223</b>
Periode 2		De Standaard	Het Nieuwsblad	TOTAAL:
	2012	10	4	14
	2013	18	5	23
	2014	24	1	25
	2015	16	8	24
	2016	71	34	105
	2017	37	14	51
	<b>TOTAAL:</b>	<b>176</b>	<b>66</b>	<b>242</b>

## BIJLAGE 3: CODEBOEK

# CODEBOEK

Masterproef – Vicky De Backer

Onderzoek naar de evolutie in de Vlaamse berichtgeving  
over de Europese Unie; 2003 tot en met 2017

Masterproef

Vicky De Backer – Master Politieke Communicatie

**Onderzoeksvraag:** *In welke opzichten veranderde de berichtgeving over de Europese Unie in twee Vlaamse kranten (De Standaard en Het Nieuwsblad) van 2003 tot en met 2017, of bleef deze berichtgeving gelijk?*

**Hypothesen:**

**H1:** Weinig berichtgeving, maar stijging van hoeveelheid doorheen de tijd

**H2:** Overwegend neutrale berichtgeving, maar stijging negativiteit doorheen de tijd

**H3:** Overwegend nationaal perspectief, maar toename Europees perspectief doorheen de tijd

**H4:** Algemene personaliseringstrend

**H5:** Verschillende thema's domineren op verschillende momenten in de tijd

**H6:** De Standaard bericht méér, minder negatief, meer Europees, minder gepersonaliseerd over de EU dan Het Nieuwsblad. De Standaard bevat andere thema's dan Het Nieuwsblad.

**Hypothesen H1 en H6** verwacht ik te kunnen toetsen zonder behulp van codeboek. H6 ga ik toetsen door voor elke krant een aparte codesheet te maken (om zo vergelijking makkelijk te maken).

Voor **hypothesen H2, H3, H4 en H5** neem ik variabelen op in het codeboek waarvoor ik zal coderen. Die variabelen zijn de volgende:

- **Algemene toon** van het nieuwsbericht over EU (latent)
- **Specifieke toon** over de EU (latent)
- Inhoudelijk **thema** (latent)
- **Perspectief** (nationaal of Europees) (latent)
- **Aantal personen** (manifest)
- **Aantal instellingen** (manifest)
- Mate van **personalisering** (manifest)

**Herwerkte versie**

In een eerdere versie van dit codeboek had ik slechts 4 variabelen: toon, perspectief, personalisering en thema. Na overleg besloot ik om sommige van deze variabelen op te splitsen: op die manier codeer ik meer informatie die in het artikel vervat zit. Deze extra informatie kan ik achteraf meenemen in de analyse. De variabele 'toon' van het nieuwsbericht splitste ik bijvoorbeeld op in een algehele toon en een specifieke toon. Zo kan ik na de analyse dieper ingaan op mijn resultaten en een genuanceerder beeld schetsen.

## Werkwijze

### ID van nieuwsberichten

Alle nieuwsberichten die ik heb verzameld en die deel uitmaken van mijn *sample*, gaf ik een unieke ID om in de codesheet te gebruiken. Deze ID bestaat uit de letter S of N (afhankelijk van de krant waaruit het bericht komt: *De Standaard* of *Het Nieuwsblad*) + de datum waarop het bericht in de krant verscheen. Een artikel over de tweede ambstermijn van Van Rompuy dat op 2 maart 2012 in *Het Nieuwsblad* verscheen, kreeg zo de code: N02032012. Een artikel uit *De Standaard* op 3 mei 2003 kreeg bijvoorbeeld de code: S03052003(1). Die laatste 1 is een toevoeging omdat er die dag nog twee andere artikels in *De Standaard* verschenen. Het tweede artikel van die dag uit *De Standaard* kreeg dus de code: S03052003(2).

### Sample

Ik verzamelde via Gopress Academic in totaal 465 artikels die tussen 2003 en 2017 de EU als hoofdonderwerp hadden. Ik nam deze steekproef als een *constructed sample* en koos per kalenderjaar acht willekeurige weken (telkens uit verschillende maanden) waaruit ik alle artikels over de EU opnam. Deze selectie van weken en maanden gebeurde willekeurig volgens de opeenvolging in een kalender. Mijn gehele periode splits ik op in twee periodes die ik met elkaar zal vergelijken: de periode 2003 tot en met 2008 en de periode 2012 tot en met 2017. Binnen elke periode en voor elke krant selecteerde ik telkens de artikels van exact dezelfde weken. Ik heb hierbij ook rekening gehouden met enkele belangrijke Europese evenementen in die periodes. De jaren 2009, 2010 en 2011 nam ik niet mee op in de steekproef. Voor een meer gedetailleerde uitleg over hoe en waarom ik deze artikels selecteerde en de verantwoording van mijn steekproef, verwijs ik naar mijn masterproef zelf. In het deel over de operationalisering ga ik daar uitgebreid op in.

### Codeerprocedure

1. Open de juiste codesheet (bv. Die voor artikels van *De Standaard* als je artikels van *De Standaard* gaat coderen).
2. Open het artikel met de juiste ID.
3. Lees het artikel aandachtig.
4. Codeer voor de variabele algemene toon.
5. Codeer voor de variabele specifieke toon.
6. Codeer voor de variabele thema.
7. Codeer voor de variabele perspectief.
8. Schrijf het aantal personen op onder de juiste variabele.
9. Schrijf het aantal instellingen op onder de juiste variabele.
10. Codeer voor de variabele personalisering.
11. Vul eventueel aan met een opmerking.
12. Kijk na of je bij elke variabele iets hebt ingevuld.
13. Ga naar het volgende artikel en herhaal alles.

## Codes

**Variabele 1: TOON\_ALGEMEEN**

= algemene toon van het nieuwsbericht, toon gecreëerd door de journalist

- **Neutraal: 0**
- **Negatief: 1**
- **Positief: 2**

Nominale variabele, latent

**Context unit:** hele nieuwsbericht

**Registration unit:** hele nieuwsbericht

### Informatie

Belangrijk: het gaat om de algehele toon van het artikel (conform het principe non-directionele, frame-gerelateerde bias van Berganza, Esser en Lengauer, 2012), niét over een toon die tegen bepaalde actoren, partijen of instellingen gericht is. Vraag jezelf af: krijgt een lezer na het lezen van het artikel eerder een negatieve/positieve of neutrale indruk over de EU? Zou je dit classificeren als 'goed nieuws' of 'slecht nieuws' over de EU (Berganza et al., 2012, p. 183)? Denk er niet teveel bij na, het gaat vooral om de eventuele neutraliteit van de auteur van het artikel, maar niet om het standpunt van mensen die in het artikel geciteerd worden.

Voor deze variabele is de titel wel een heel belangrijke indicatie: geeft de titel een negatief/positief beeld van de EU of Europa? Als de titel bijvoorbeeld negatief getint is, codeer je meteen voor negatief. Dit omdat de titel een erge belangrijke indicatie van toon is, die dient om het bericht samen te vatten, de belangrijkste boodschap mee te geven. Daarom is de titel ook vaak een instrument van framing en moeten we daar bij deze variabele sterk rekening mee houden. Tenslotte is het de journalist die de titel van het artikel kiest, en daarom is dit eerder een indicatie voor algemene toon dan voor specifieke toon (zie verder). Voorbeeld: een titel zoals 'Een democratische EU is een fabeltje' in *De Standaard* op 17 mei 2014, is duidelijk een negatieve titel, gekozen door de journalist. Door die titel heeft het artikel een algemene negatieve toon.

Als er geen enkele aanwijzing of indicatie is van een negatieve of positieve toon, dan moet er voor neutrale toon gecodeerd worden (Berganza et al., 2012, p. 195). Deze manier van een algehele toon meten werd al in eerder onderzoek gebruikt (Berganza et al., 2012, p. 183).

Indicaties van een positieve toon kunnen onder andere zijn (uit Berganza et al., 2012, pp. 183-184 en 195-196):

- verwijzingen naar (politiek) succes van de EU, dingen die de EU bereikt of verbeterd heeft
- welvaart van de EU, voordeel, winst, duurzaamheid
- optimisme, enthousiasme, hoop (voor toekomst)
- overwinning van de EU, de EU wordt geprezen of aanbevolen, de EU is competent, vertrouwen in de EU
- oplossing(en) van problemen, verbetering, vooruitgang

Indicaties van een negatieve toon zijn onder andere (uit Berganza et al., 2012, pp. 183 en 195-196):

- aandacht besteden aan fiasco's, mislukkingen en schandalen uit verleden, heden of toekomst
- falen van de EU, incompetentie
- kritiek geven op de EU



- verwijzen naar wantrouwen in EU, EU die iets verkeerd doet of slechter maakt, EU of Europese politici die zich slecht gedragen
- er wordt gezegd of geïmpliceerd dat er sprake is van een ramp, crisis, instorting, ontkenning, afwijzing, verwaarlozing, verslechtering, ontslagneming, scepticisme, bedreigingen, cynisme, teleurstelling

#### Bij twijfel

- Tip: als er een negatieve toon in het artikel aan bod komt, betekent dit vaak dat er impliciet of expliciet wordt verwezen naar: het falen van beleid van de EU, ondemocratisch gehalte, te veel bureaucratie, onpopulaire of onnuttige instelling, verkwisting van geld, enz.
- Opgelet: negativiteit over 1 bepaalde lidstaat telt niet als negativiteit over de EU
- Bevat het nieuwsbericht woorden die kunnen wijzen op een eurosceptisch discours, zoals: “superstaat”, “dictatorschap” van EU, “onverkozen”, “ondemocratisch”, “bureaucratische” EU, het vaak pejoratief gebruiken van “Brussel”, ... (Leconte, 2010, p. 204)

**Variabele 2: TOON\_SPECIFIEK**

= specifieke toon t.o.v. EU, gecreëerd door bronnen, mensen en quotes die in bericht aan bod komen (meningen over EU)

- **Neutraal: 0**
- **Negatief: 1**
- **Positief: 2**

Nominale variabele, latent

**Context unit:** hele nieuwsbericht

**Registration unit:** elke quote

Hier gaat het om de specifieke toon, gericht tegen de EU, haar instellingen of actoren of Europa (conform het principe “directionele, actor gerelateerde negativiteit” van Berganza, et al., 2012). Men moet zich volgens Berganza et al. (2012) de volgende vraag stellen: “Does the report convey primarily a positive/affirmative, negative/critical or balanced/neutral impression of a specific political actor (...)?” (p. 196). De EU is hier de specifieke politieke instelling waartegen de toon gericht is.

In tegenstelling tot de vorige variabele, gaat het hier vooral om de uitspraken of quotes van mensen of bronnen die in het artikel geciteerd worden. Het gaat dus meer over de toon die andere mensen dan de journalist hanteren t.o.v. de EU, dan de journalist zelf (de toon van de journalist is de algemene toonvariabele). Het gaat over de meningen over de EU die in het artikel aan bod komen (ongeacht de mening van de journalist).

### Codeerinstructies

- Wanneer je op minstens één van de volgende vragen “ja” kan antwoorden, codeer je negatief (1).
  - *Komen er meer negatief getinte uitspraken/ quotes over de EU of Europa aan bod in het artikel dan positieve?*
  - *Komen in het artikel vooral negatieve aspecten, gevolgen of handelingen van de EU of Europa aan bod?*
- Wanneer je op minstens één van de volgende vragen “ja” kan antwoorden, codeer je positief (2).
  - *Komen er meer positief getinte uitspraken/ quotes over de EU of Europa aan bod in het artikel dan negatieve?*
  - *Komen in het artikel vooral positieve aspecten, gevolgen of handelingen van de EU of Europa aan bod?*
- Indien je op geen enkele van bovenstaande vragen “ja” kan antwoorden, codeer je neutraal (0).
- Kan je zowel op de eerste als op de tweede soort vragen minstens een keer “ja” antwoorden, tel dan zowel de positieve als de negatieve uitspraken over de EU. Je codeert voor de toon van het soort uitspraken die het meest in het hele artikel voorkomen (grootste aantal zinnen).
- Als je evenveel negatieve als positieve uitspraken telt, codeer dan voor neutraal (0); op die manier krijgen we een conservatieve meting van de toon.

**Variabele 3: THEMA** van het nieuwsbericht

- **Varia: 1**
- **Cultuur: 2**
- **Sociaal / Mens en maatschappij: 3**
- **Economie: 4**
- **Politiek en beleid: 5**
- **Migratie: 6**
- **Brexit: 7**
- **Onmogelijk vast te stellen: 999**

Nominale variabele, latent

**Context unit:** hele nieuwsbericht

**Registration unit:** hele nieuwsbericht

### Informatie

Hieronder vind je voor elk overkoepelend thema meer informatie en voorbeelden van deelthema's die hieronder vallen. Probeer zo weinig mogelijk als "varia" te coderen: deze dient als restcategorie wanneer een onderwerp onder geen enkel ander thema geplaatst kan worden. Probeer te bedenken onder welke 'rubriek' een artikel zou kunnen vallen in de krant. Het gaat steeds om het meest relevante of dominante thema binnen een artikel of het thema dat het meest van toepassing is, ook wanneer er eventueel meerdere onderwerpen in één nieuwsbericht vervat zitten. Bij twijfel is het dominante thema datgene dat het meeste plaats (zinnen) in het nieuwsbericht opneemt (de Vreese en van Spanje, 2014, p. 334). Ook de lead van het artikel vat de kern van het onderwerp meestal samen. Gaat het bijvoorbeeld over een verbod op zehonden knuppelen, hoewel kort wordt aangegeven dat dit slecht zou zijn voor de economie, dan valt dit onder dierenwelzijn en dus onder het thema 'sociaal/mens en maatschappij'.

Ik streef ernaar om elk nieuwsbericht in te delen onder één van de grote, overkoepelende thema's hierboven. Deze thema's zijn uiteraard voor een deel kunstmatig, maar ik ben overtuigd dat enkele grote, algemene thema's (bv. politiek) beter zijn dan vele erg gespecialiseerde thema's (bv. verkiezingen, internationale relaties, defensie en beleid allemaal als aparte groepen). Dit omdat ik, wanneer ik té gespecialiseerde thema's zou gaan onderscheiden, deze uiteindelijk na de analyse toch weer moet groeperen in grote, algemene thema's om heldere conclusies te kunnen formuleren en evoluties te kunnen zien. Weliswaar heb ik er toch voor gekozen om migratie en de brexit als aparte, overkoepelend thema's op te nemen, omdat ik vermoed dat beide binnen mijn gekozen onderzoeksperiode als thema erg veel zullen voorkomen en bovendien omvatten beide thema's ook verschillende (politieke, sociale, economische...) dimensies. Het belang van deze twee thema's voor de EU rechtvaardigt volgens mij tenslotte dus telkens een aparte categorie.

- **Cultuur**

- Vrije tijd, toerisme
- Sport en spel
- Entertainment / celebrities / royalty
- Erasmusprogramma
- Europese identiteit of cultuur
  - Bv: projecten rond gemeenschappelijke identiteit
- Onderwijs en opvoeding
  - Bv: kinderen die op school leren over EU, universiteiten
- Eurovisiesongfestival, muziek

- Musea, tentoonstellingen, kunst
- Media (radio, televisie, kranten, ...)
- Wetenschap, onderzoek, ruimtevaart
- Religie
- Feestdagen, kalender, tijd(sindeling), seizoenen
- Erkenning door de EU, (wereld)erfgoed
- Volksfeesten, vieringen, herdenkingen
- Prijs gewonnen
- **Sociaal / mens en maatschappij**
  - Bevolkingscijfers
  - Huisvesting, wonen
  - Sociale zekerheid, sociaal beleid
  - Armoede
  - Criminaliteit
  - Persoonlijke verhalen
  - Klimaat, milieu, natuur
    - Tenzij: politieke onderhandelingen over klimaatdoelstellingen => politiek
  - Dieren(welzijn)
  - Gezondheid, medisch, ziekte
  - Voedsel(veiligheid)
  - Drugs, medicijnen, verslaving
  - Mobiliteit, openbaar vervoer
  - Welzijn van kinderen (maar onderwijs => cultuur)
  - Rechtspraak, justitie
  - Ontwikkelingslanden en ontwikkelingsbeleid
  - Humanitaire hulp, vrijwilligerswerk
  - Mensenrechten
  - Betoging, staking
- **Economie:**
  - Bedrijven, conjunctuur
  - Werk, werkloosheid, detachering
  - Werknemers & werkgevers(organisaties)
  - Consumenten(organisaties), wetgeving voor consumenten
  - Eurogroep, geld, belastingen
  - Handel, handelsakkkoorden, handelsverdragen
  - Embargo, economische sanctie(s)
  - Monetair en financieel beleid, akkoorden
  - Financiële sector, banken, beurs
  - Economische competitie
  - Begroting (van lidstaten, van EU)
  - Transportsector, auto-industrie, energiesector, landbouwsector, visvangst
  - Telecommunicatie, digitale markt
- **Politiek en beleid**
  - Europese integratie en desintegratie in het algemeen
    - Gaat het over een specifiek domein, codeer dan daarvoor. Bv economische integratie => economie
  - Democratie, burgerinitiatieven, contact met burgers, referendum
  - (Europese) verkiezingen, Europese top
  - Toetredingen van (nieuwe) lidstaten, lidmaatschap, uitbreiding (tenzij bv. gaat over economische aspecten ervan => economie)

- Beleid, wetgeving
- Werking van of beleid van alle EU-instellingen en instituties (Parlement, Commissie, Europese Raad, Raad van de EU, comités, ...), voorzitterschap
- Politieke instellingen en organisaties (bv. NGO's, VN)
- Lobbyen, lobbyorganisaties
- Internationale relaties, oorlog, internationale vrede
- Defensie, veiligheid, leger, militair, terrorisme, nucleair
- Staatshoofden, regeringsleiders
- Partijen en fracties (zowel nationaal als Europees)
- Politieke reacties op gebeurtenissen in de wereld
- Politieke systeem of situatie in lidstaten
- Politieke benoemingen, functies
- Regionale beleidsniveaus, administratie
- Europese crisis (in algemeen)
  - Gaat dan meestal over democratisch legitimiteitsprobleem of crisis van de instellingen
  - Als het gaat over ander aspect van crisis, let dan op. Bv. financiële crisis => codeer voor economie.
- **Migratie**
  - Vluchtelingen crisis, spreiding van vluchtelingen
  - Migratiebeleid
  - 'Fort' Europa
  - Grenzen, Schengen
  - Arbeidsmigratie, economische migratie
  - Migratie, immigratie, asielzoekers
  - Politieke migratie
- **Brexit**
  - Alles wat met brexit te maken heeft (zowel op politiek, economisch, cultureel... vlak), dus ook gevolgen voor EU/lidstaten
  - Ook alle vermeldingen hiervan vóór het eigenlijke referendum, speculaties
  - Opgelet: ook alle andere mogelijke "exits" vallen onder dit thema
- **Varia**
  - Alles wat niet onder één van de hierboven vermelde categorieën past.
  - Wanneer er geen thema is (het nieuwsbericht is bv. te kort)

### Bij twijfel

- Wanneer er combinaties optreden van twee of meer thema's, codeer dan voor het thema dat het meest dominant of relevant is voor dit specifieke nieuwsbericht. Bij twijfel is dit het thema dat het meeste plaats (zinnen) in het nieuwsbericht opneemt (de Vreese en van Spanje, 2014, p. 334). Zie ook voorbeelden.
- Wanneer twee (of meer) thema's exact evenveel zinnen innemen in het artikel, kies je voor het thema dat in de titel van het nieuwsbericht aan bod komt.
- Wanneer het gaat over een specifiek Europees event, codeer je volgens de inhoud van dit event. Gaat het bijvoorbeeld om het Eurovisiesongfestival, dan codeer je cultuur. Wanneer er een ministerraad is van alle ministers van Economie, codeer je voor economie. Een Europese top over sociale zaken codeer je dan als sociaal/ mens en maatschappij.

### Voorbeelden

- “Het Europees Parlement stemt over de aanpassing van winter- en zomertijd.” Dit codeer je als cultuurthema (vanwege aanpassing tijdsregime). Niet als politiek, tenzij de hoofdfocus van het artikel bijvoorbeeld ligt op de politieke spanningen tussen de Europese fracties in het parlement omtrent dit onderwerp (en het onderwerp van de winter- en zomertijd zelf dus slechts van secundair belang zou zijn).
- Wanneer het gaat over reizen naar of binnen de EU als toerist of student, codeer je cultuur. Wanneer het gaat over vluchtelingen, asielzoekers, algemene migranten die zich permanent in de EU willen vestigen, kies je het thema migratie.
- Stel dat het artikel gaat over de oorlog in Syrië en de Europese reactie hierop. Onderaan het artikel staan nog twee zinnen over de vluchtelingen die daardoor naar Europa komen. Dan codeer je als politiek thema, aangezien dit het dominante thema is en het thema migratie hier maar van secundair belang is.

**Variabele 4: PERSPECTIEF** van het nieuwsbericht

- **Geen van beide of onmogelijk vast te stellen: 0**
- **Nationaal perspectief (Belgisch of Vlaams): 1**
- **Europees perspectief: 2**

Nominale variabele, latent

**Context unit:** hele nieuwsbericht

**Registration unit:** hele nieuwsbericht

### Informatie

Wordt er in het artikel vooral over de EU bericht vanuit een nationaal (hier: Belgisch of Vlaams) perspectief of vanuit een breder, Europees perspectief?

Bij een nationaal perspectief wordt de nadruk gelegd op het belang van het thema of onderwerp voor België (of Vlaanderen), de Belgische of Vlaamse politiek of de inwoners van België. De Smedt et al. (2011a) definiëren een nationaal perspectief als volgt: “Het EU-nieuws wordt vaak geïllustreerd met een Belgische politicus die aan het woord komt. Het nieuws over Europa wordt met andere woorden bekeken door een Belgische bril” (p. 7). Stel dat het artikel gaat over nieuwe Europese wetgeving; dan zal een nationaal perspectief betekenen dat de journalist de nadruk vooral legt op de gevolgen hiervan voor Belgische bedrijven. Bij een artikel over de Europese top zal bijvoorbeeld het meeste ruimte gependend worden aan de Belgische premier, die verduidelijkt wat hij heeft kunnen onderhandelen voor België of wat de rol van België bij dit onderwerp is. Er komen meer Belgische of Vlaamse politici, actoren, partijen en organisaties in het bericht voor dan Europese. “België” of “Vlaanderen” komt erg vaak aan bod in de tekst of kan zelfs in de titel staan (dan is er zeker sprake van een nationaal perspectief).

Een Europees perspectief betekent dat er minder nadruk ligt op het eigen land/de eigen belangen, en meer nadruk op Europese samenwerking of integratie. Er worden meer Europese (hier: niet-Belgische) politici, actoren, partijen, fracties of organisaties genoemd dan Belgische. Men spreekt bijvoorbeeld over de mening van “de Europeanen” en niet over “de Belgen / de Vlamingen”. Men maakt ook geen expliciete referenties naar de implicaties voor België/Vlaanderen of de rol van België/Vlaanderen. Het artikel ontbreekt dus aan een ‘Belgische touch’. Bij het voorbeeld van een artikel over een Europese top, zou met een Europees perspectief meer aandacht worden gegeven aan bijvoorbeeld de Europese president, de Commissievoorzitter of alle staatshoofden, zonder daarbij expliciet apart in te zoomen op de Belgische vertegenwoordiging of belangen.

### Codeerinstructies:

- Wanneer je op minstens één van de volgende vragen “ja” kan antwoorden, codeer je voor nationaal perspectief (1).
  - *Kan het artikel enkel in een Vlaamse of Belgische krant verschijnen (qua inhoud, abstractie van taal)? (hou geen rekening met de plaatsbepaling in de lead)*
  - *Merk je dat het artikel door een Belg/Vlaming geschreven is? (zonder rekening te houden met de naam van de journalist bij het artikel)*
  - *Tel het aantal Belgische/Vlaamse en Europese actoren, politici, personen, instellingen, partijen, organisaties. Komen er meer Belgische/Vlaamse in het artikel voor dan Europese?*

(Met 'Europese' actoren bedoelen we elke persoon of instelling die niet Belgisch of Vlaams is, bv. bij een Europese top ook het Franse of Britse staatshoofd.)

- *Schetst men in het artikel de gevolgen van een gebeurtenis op het Europese niveau voor België/Vlaanderen of de Belgen/de Vlamingen?*
- *Heeft men in het artikel expliciete aandacht voor de belangen van België/Vlaanderen of de Belgen/de Vlamingen bij een Europese zaak of gebeurtenis?*
- *Zoomt men bij een Europese gebeurtenis specifiek in op de Belgische/Vlaamse stand van zaken zonder daarbij evenveel aandacht te besteden aan de situatie van andere lidstaten?*
- *Staat "België/Vlaanderen" of "Belgisch/Vlaams" (of een variant hiervan) in de titel van het artikel?*
- Wanneer je op minstens één van de volgende vragen "ja" kan antwoorden, codeer je voor Europees perspectief (2).
  - *Zou het artikel (qua inhoud, abstractie van taal) ook in de krant van een andere lidstaat (Duitsland, Frankrijk, Polen...) kunnen verschijnen? (hou geen rekening met de plaatsbepaling in de lead)*
  - *Tel het aantal Belgische/Vlaamse en Europese actoren, politici, personen, instellingen, partijen, organisaties. Komen er meer Europese in het artikel voor dan Belgische/Vlaamse?*  
(Met 'Europese' actoren bedoelen we elke persoon of instelling die niet Belgisch of Vlaams is, bv. bij een Europese top ook het Franse of Britse staatshoofd.)
  - *Wordt het verhaal bekeken vanuit het standpunt van alle of verschillende lidstaten (en niet enkel vanuit Belgisch standpunt)?*
- Wanneer je zowel voor de vragen over nationaal perspectief als die over Europees perspectief minstens één keer "ja" kan antwoorden, tel dan het aantal keren dat je "ja" kan zeggen bij beide soorten. Kan je meer "ja" antwoorden bij vragen over een nationaal perspectief, codeer dan voor nationaal perspectief (1). Kan je meer "ja" antwoorden bij vragen over een Europees perspectief, codeer dan voor Europees perspectief (2).
- Probeer zoveel mogelijk één van beide perspectieven te kiezen. De code '0' is er vooral voor wanneer een nieuwsbericht zo kort is dat men nauwelijks van een perspectief kan spreken of wanneer er geen enkele Belgische/Vlaamse of Europese actor vermeld is.

### Bij twijfel

- Waalse politici, partijen, actoren of instellingen tellen steeds als Belgische (en tel je op dezelfde manier als Vlaamse).
- Achteraan dit codeboek vind je een niet-exhaustieve lijst van mogelijke Europese personen.
- Belangrijk: wat met Belgische leden van het Europees parlement?
  - Tel hen als Belgische politici wanneer ze bij hun Vlaamse of Waalse partij genoemd worden.
  - Tel hen enkel als Europese politici wanneer ze bij hun Europese fractie genoemd worden en niet bij hun Vlaamse/Waalse partij. (Zie achteraan voor een lijst van Europese fracties.)



- Wanneer zowel hun nationale als Europese partij of fractie genoemd wordt, tel je hen als Belgische politici.
- Opgelet: de Belgische Europese commissaris tel je als Belgische politicus, tenzij hij/zij in het artikel aan bod komt vanwege zijn/haar Europese bevoegdheid voor het thema in kwestie: dan tel je hen als Europese politicus.  
Bijvoorbeeld: Marianne Thyssen (CD&V) is de huidige Europese commissaris bevoegd voor sociale zaken en werkgelegenheid. Wordt zij vermeld op een manier die niets met die bevoegdheid te maken heeft (bv. “Bij een belangrijke vergadering over de toekomst van Europa was ook Marianne Thyssen aanwezig”), dan tel je haar als Belgische politicus. Komt zij aan bod vanwege haar relevante bevoegdheid (bv. in een artikel over een sociale top), dan tel je haar als Europese politicus.

**Variabele 5: AANTAL\_PERSONEN**

- **Vul het aantal personen in dat in het nieuwsbericht aan bod komt**

Ratio variabele, manifest

**Context unit:** hele nieuwsbericht

**Registration unit:** elke vermelding van een persoon

### Informatie

Tel het aantal personen dat in het artikel vermeld wordt. Als het gaat om een persoon met een functie, moet diens naam erbij staan, anders tel je hem niet. (Naam van de auteur van het artikel telt uiteraard niet mee.) Hierbij maak je geen onderscheid tussen Europese of Belgische personen. Je telt dus alle personen. Dus bijvoorbeeld ook staatshoofden of woordvoerders van niet-EU organisaties die genoemd of geciteerd worden. Elke persoon tel je slechts één keer, ook al komt die meerdere keren voor. Opgelet: je telt alle soorten personen die in het nieuwsbericht aan bod komen: dus niet enkel politici, maar ook woordvoerders, vertegenwoordigers, voxpops, ...

Daarmee definieer ik het concept personalisering (zie variabele 7) in mijn codeboek ruimer dan Sheaefer et al. (2011) omdat ik niet enkel politici tel, maar alle soorten personen die in het nieuwsbericht voorkomen. Dit omdat ook de aanwezigheid van andere soorten mensen dan politici in het EU-nieuws volgens mij kan zorgen voor 'personalisering' van dit nieuws. Bijvoorbeeld: ook een persoonlijk verhaal van een gewone burger kan een nieuwsbericht over de EU minder abstract maken.

Zie de lijst achteraan het codeboek om te zien wie 'personen' kunnen zijn (niet-exhaustief).

### Voorbeeld:

- Enkel "Minister van Buitenlandse Zaken" tel je niet als persoon (omdat er geen gezicht wordt gegeven aan de functie), maar "Minister van Buitenlandse Zaken Reynders" wel.

**Variabele 6: AANTAL\_INSTELLINGEN**

- **Vul het aantal instellingen, organisaties, partijen in dat in het nieuwsbericht aan bod komt**

Ratio variabele, manifest

**Context unit:** hele nieuwsbericht

**Registration unit:** elke vermelding van een instelling/organisatie/partij/fractie

Informatie

Tel het aantal instellingen, organisaties, partijen of fracties die vermeld worden. Hierbij maak je geen onderscheid tussen Europese of Belgische instellingen. Je telt dus álle instellingen. Elke instelling tel je slechts één keer, ook al komt die meerdere keren voor.

“Europese Unie” zelf telt als instelling. Regeringen en parlementen (ook van andere lidstaten) tellen ook mee als instituties. (Namen van) landen zelf tellen niet mee (omdat deze vermoedelijk erg vaak zullen voorkomen en de resultaten daarom zullen beïnvloeden). Wanneer men het dus heeft over “het Duitse parlement” (of de Bondsdag) tel je dit wel als een institutie, maar “Duitsland” negeer je. Namen van bedrijven tellen niet mee.

Je telt partijen enkel als ze bij hun partijnaam genoemd worden (niet bij ideologische strekking). “De liberalen”, “de liberale partij” of “de liberale fractie” tel je dus NIET als instelling, maar de expliciete vermelding van bijvoorbeeld “Open Vld” of “Alliantie van Liberalen en Democraten voor Europa (ALDE)” tel je WEL als instelling.

Zie de lijst achteraan het codeboek om te zien wat kan vallen onder instellingen, partijen, fracties en organisaties (niet-exhaustief).

**Variabele 7:** mate van **PERSONALISERING** in het nieuwsbericht

- **Meer instellingen dan personen: 0**
- **Meer personen dan instellingen: 1**
- **Evenveel van beide of geen van beide aanwezig: 0**

Nominale variabele, manifest

**Context unit:** hele nieuwsbericht

**Registration unit:** elke vermelding van een persoon of instelling/organisatie/partij/fractie

### Informatie

Sheafer et al. (2011) stellen dat men best dichotome categorieën kan gebruiken om personalisering te meten (p. 214). Ik doe dit door het relatieve gewicht van personen af te wegen tegen dat van instellingen binnen een nieuwsbericht, waarbij er sprake is van een 'gepersonaliseerd' nieuwsbericht als er meer personen dan instellingen in voorkomen. Boomgaarden, Boumans et al. (2013) stellen immers: "Increased visibility of individual politicians has to be at the expense of the visibility of other political actors and political parties to suggest personalisation" (p. 200). Enkel voor personalisering coderen wanneer er bijvoorbeeld één of meerdere namen van Europese politici vermeld worden, zou dus niet voldoende zijn en vermoedelijk ook bij nagenoeg elk nieuwsbericht personalisering suggereren.

### Codeerinstructie:

Kijk naar wat je voor de vorige twee variabelen ingevuld hebt. Je codeert enkel 1 wanneer het getal voor 'aantal\_personen' hoger is dan het getal voor 'aantal\_instellingen'. Je codeert 0 in alle andere gevallen.

Uitzondering: als het hele artikel heel expliciet draait rond één persoon (vb. diens functie, meningen, uitspraken...) dan codeer je: 1. (Meestal komt deze persoon dan ook voor in de titel.)

## Afbakening “EU”

Met “de Europese Unie” wordt in dit codeboek alle personen, partijen, fracties, instellingen, organisaties en instituties bedoeld die hieronder kunnen vallen. Hieronder enkele lijsten ter verduidelijking. Alles dat onder de lijst van personen valt, tel je als personen. Dit is een niet-exhaustieve lijst die enkel de belangrijkste Europese (maar dus niet Belgische) personen bevat. Ik heb ook een lijst gemaakt van de meest voorkomende Europese instellingen.

### Lijst van personen binnen de EU

Hier een niet-exhaustieve lijst van de meest belangrijke personen (en hun functies) binnen de EU, voor de gehele onderzoeksperiode:

- Voorzitters Europese Raad (‘Europese president’): Herman Van Rompuy (vanaf 2010; voordien wisselend), Donald Tusk
- Voorzitters Europese Commissie: Romano Prodi, José Manuel Barroso, Jean-Claude Juncker
- Voorzitters Europees Parlement: Pat Cox, Josep Borrell Fontelles, Hans-Gert Pöttering, Jerzy Buzek, Martin Schulz, Antonio Tajani
- Hoge Vertegenwoordigers Buitenlandse zaken en Veiligheidsbeleid: Javier Solana, Catherine Ashton, Federica Mogherini
- Alle nationale staatshoofden van lidstaten (bv. Merkel, Hollande, Macron, ...)
- Europese Commissarissen
- Europese parlementsleden
- Voorzitters van de Europese Centrale Bank: Wim Duisenberg, Jean-Claude Trichet, Mario Draghi
- Leden van de ministerraden
- Rechters van het Hof van Justitie van de EU
- ...

Het heeft niet veel zin om bijvoorbeeld van elke legislatuur alle Belgische Europarlementsleden op te lijsten, omdat in nieuwsberichten nagenoeg altijd de functie bij de naam vermeld wordt (omdat men er ook vanuit gaat dat het grote publiek de meeste namen niet zal kennen).

### Lijst van Europese fracties

Alle nationale partijen worden op Europees niveau gegroepeerd in een fractie naargelang hun ideologie. Hier volgt een lijst van alle Europese fracties tijdens de onderzoeksperiode, telkens van groot naar klein. Opgelet: in nieuwsberichten gebruikt men vaak enkel afkortingen.

2004-2009:

- Europese Volkspartij en Europese Democraten (EVP)
- Partij van de Europese Sociaaldemocraten (PES)
- Alliantie van Liberalen en Democraten voor Europa (ALDE)
- De Groenen/ Vrije Europese Alliantie (Groenen/EVA)
- Europees Unitair Links/ Noords Groen Links (GUE/NGL)
- Onafhankelijkheid en Democratie Groep (IND/DEM)
- Unie voor een Europa van Nationale Staten (UEN)

2009-2014:

- Europese Volkspartij (EVP)

- Progressieve Alliantie van Socialisten en Democraten (S&D)
- Alliantie van Liberalen en Democraten voor Europa (ALDE)
- De Groenen/Vrije Europese Alliantie (Groenen/EVA)
- Europese Conservatieven en Hervormers (ECR)
- Europees Unitair Links/ Noords Groen Links (GUE/NGL)
- Europa van Vrijheid en Democratie (EVDD)

2014-heden:

- Europese Volkspartij (christendemocraten) (EVP)
- Progressieve Alliantie van Socialisten en Democraten (S&D)
- Alliantie van Liberalen en Democraten voor Europa (ALDE)
- De Groenen/Vrije Europese Alliantie (Groenen/EVA)
- Europese Conservatieven en Hervormers (ECR)
- Europees Unitair Links/ Noords Groen Links (GUE/NGL)
- Europa van Vrijheid en Directe Democratie (EVDD)
- Europa van Naties en Vrijheid (ENF)

Er zijn ook enkele zeldzame Europarlementsleden zonder fractie ("niet-ingeschrevenen").

#### Lijst van Europese instellingen en organisaties

- Europees Parlement
- Europese Commissie
- Europese Raad
- Raad van de Europese Unie (ministerraden)
- Eurogroep
- Hof van Justitie van de EU
- Europese Centrale Bank
- Europese Investeringsbank (EIB)
- Europese Rekenkamer
- Europese dienst voor Extern optreden (EEAS)
- Europees Economisch en Sociaal Comité
- Comité van de Regio's
- Europese Ombudsman
- Europees antifraudebureau OLAF
- Europese toezichthouder voor gegevensbescherming
- Europese Autoriteit voor voedselveiligheid (EFSA)
- ...

## Bibliografie bij codeboek

Ik heb dit codeboek zelf samengesteld. Hierbij heb ik wel kunnen steunen op de feedback van professor Bursens en professor De Swert. Graag wil ik hen hiervoor bedanken.

Gelukkig bestonden er ook auteurs die mij voorafgegaan zijn. Wanneer ik werken expliciet voor dit codeboek heb geraadpleegd, heb ik hier steeds in het codeboek zelf naar verwezen. In deze bibliografie lijst ik de werken op die me op weg hielpen of inspireerden bij het operationaliseren van mijn variabelen en het opstellen van dit codeboek. Ik heb voor elk werk telkens vermeld waarvoor ik het gebruikte.

- Voor het concept negativiteit:

Berganza, R., Esser, F., & Lengauer, G. (2012). Negativity in political news: A review of concepts, operationalizations and key findings. *Journalism*, 13(2), 179-202. doi: 10.1177/1464884911427800

- Voor de operationalisering van de variabele 'toon':

Berganza, R., Esser, F., & Lengauer, G. (2012). Negativity in political news: A review of concepts, operationalizations and key findings. *Journalism*, 13(2), 179-202. doi: 10.1177/1464884911427800

Leconte, C. (2010). *Understanding Euroscepticism*. Basingstoke, Verenigd Koninkrijk: Palgrave Macmillan.

- Voor de operationalisering van 'Europees perspectief' ("verticale Europeanisering"):

Brüggemann, M., & Kleinen-von Königslöw, K. (2009). 'Let's talk about Europe'. Why Europeanization shows a different face in different newspapers. *European Journal of Communication*, 24(1), 27-48. doi: 10.1177/0267323108098944

- Voor de operationalisering van 'nationaal perspectief':

De Smedt, S., Hooghe, M., & Walgrave, S. (2011a). *Europa in zicht? De Europese Unie in het Vlaamse televisienieuws (2003-2010)* (Elektronisch Nieuwsarchief, Nieuwsmonitor Nr. 6). Geraadpleegd via de website van Steunpunt Media: [http://www.steunpuntmedia.be/?page\\_id=17](http://www.steunpuntmedia.be/?page_id=17)

- Voor het begrip 'personalisering' en de operationalisering ervan:

Boomgaarden, H., Boumans, J., & Vliegenthart, R. (2013). Media personalisation in context: A cross-national comparison between the UK and the Netherlands, 1992-2007. *Political Studies*, 61, 198-216. doi: 10.1111/1467-9248.12013

Sheafer, T., Stanyer, J., & Van Aelst, P. (2011). The personalization of mediated political communication: a review of concepts, operationalizations and key findings. *Journalism*, 13(2), 203-220.

- Om de lijst met onderwerpen voor de variabele 'thema' aan te vullen:

De Smedt, S., Hooghe, M., & Walgrave, S. (2011a). *Europa in zicht? De Europese Unie in het Vlaamse televisienieuws (2003-2010)* (Elektronisch Nieuwsarchief, Nieuwsmonitor Nr. 6). Geraadpleegd via de website van Steunpunt Media: [http://www.steunpuntmedia.be/?page\\_id=17](http://www.steunpuntmedia.be/?page_id=17)

de Vreese, C., & van Spanje, J. (2014). Europhile media and Eurosceptic voting: Effects of news media coverage on Eurosceptic voting in the 2009 European parliamentary elections. *Political Communication*, 31, 325-354. doi: 10.1080/10584609.2013.828137

Norris, P. (2000). *A virtuous circle. Political communications in postindustrial societies*. Cambridge, Verenigd Koninkrijk: Cambridge University Press.