

Universiteit Antwerpen  
Faculteit Politieke en Sociale Wetenschappen  
Academiejaar 2012-2013

**MASTERPROEF**

**De invloed van aandeelhoudersstructuren op de televisieberichtgeving in de Vlaamse pers**

**Birte Verschraegen**

Master in de Communicatiewetenschappen – afstudeerrichting strategische communicatie

**Promotor:** Koen Panis

**Medebeoordelaar:** Sil Tambuyzer



# INHOUDSOPGAVE

ABSTRACT, SLEUTELWOORDEN, WORD COUNT .....	1
<b>1 INLEIDING .....</b>	<b>2</b>
<b>2 THEORETISCH KADER .....</b>	<b>5</b>
2.1 POLITIEKE ECONOMIE .....	5
2.2 MEDIACONCENTRATIETENDENSEN.....	6
2.2.1 <i>Diagonale integratie</i> .....	8
2.2.2 <i>Crosspromotie</i> .....	9
2.3 HET NIEUWSSELECTIEPROCES .....	9
2.3.1 <i>Hedendaagse nieuwswaarden</i> .....	10
2.3.2 <i>Journalistieke routines</i> .....	11
2.4 CONTEXT: HET VLAAMSE MEDIALANDSCHAP .....	12
2.4.1 <i>Anno 2006</i> .....	12
2.4.2 <i>Anno 2009</i> .....	14
2.4.3 <i>Anno 2012</i> .....	14
<b>3 ONDERZOEKSMETHODE.....</b>	<b>17</b>
<b>4 RESULTATEN .....</b>	<b>19</b>
4.1 EERSTE ONDERZOEKSVRAAG.....	21
4.1.1 <i>Eerste benadering</i> .....	21
4.1.2 <i>Tweede benadering</i> .....	37
TWEEDE ONDERZOEKSVRAAG .....	40
4.1.3 <i>Eerste benadering</i> .....	40
4.1.4 <i>Tweede benadering</i> .....	63
4.1.5 <i>Derde benadering</i> .....	70
<b>5 CONCLUSIE.....</b>	<b>87</b>
<b>6 DISCUSSIE .....</b>	<b>91</b>
<b>7 BIBLIOGRAFIE.....</b>	<b>93</b>
<b>8 BIJLAGEN .....</b>	<b>96</b>

## **ABSTRACT**

In het licht van de tendens naar toenemende eigendomsconcentratie in de media, wordt in dit onderzoek het Vlaamse medialandschap onder de loep genomen. Aan de hand van een kwantitatieve inhoudsanalyse met een erg beperkt kwalitatief luik, worden artikels uit de zes grootste betalende dagbladen in Vlaanderen geanalyseerd. Het doel van deze studie is om een antwoord te formuleren op volgende onderzoeksvragen: ‘wordt er over televisiezenders significant meer geschreven in dagbladen die in handen zijn van dezelfde eigenaar dan door andere dagbladen?’ en ‘wordt er over televisiezenders significant positiever geschreven in dagbladen die in handen zijn van dezelfde eigenaar dan door andere dagbladen?’ Uit de resultaten is gebleken dat in het geval van VTM, Kanaaltwee en de Woestijnvisproducties er een bevestigend antwoord geformuleerd kan worden op deze vragen, maar dat het nieuwsselectieproces ook beïnvloed wordt door heel wat andere factoren. De invloed van eenzelfde eigenaar is dus niet dominant bij het bepalen van de nieuwsberichtgeving. Bij de andere zenders die we opgenomen hebben in het onderzoek, waren de resultaten meestal ontoereikend om conclusies te kunnen trekken.

**Sleutelwoorden:** mediaconcentratie, mediapluralisme, politieke economie, crosspromotie, nieuwswaarden, journalistieke routines

**Word Count:** 14628

# 1 INLEIDING

In onze huidige samenleving staan media steeds meer onder druk. Er wordt van hen verwacht dat ze fungeren als waakhond van de democratie, de burgers voorzien van objectieve informatie en een kritische blik werpen op onze maatschappij. Tegelijkertijd zijn ze echter onderhevig aan de commerciële marktlogica, waardoor ze in aanzienlijke mate afhankelijk zijn van advertentie-inkomsten. Deze twee belangen staan vaak lijnrecht over elkaar, waardoor de onafhankelijke werking van de media gehypothekeerd wordt. Bovendien krijgen kleinschaligere media, met uitzondering van enkele nichezenders, het financieel moeilijk, omdat zij doorgaans minder interessant bevonden worden door adverteerders (Doyle, 2009 & Picard, 2004). Deze dualiteit, in samenspel met andere aspecten, leidt tot een geconcentreerd medialandschap bestaande uit enkele grote conglomeraten in handen van enkele invloedrijke, kapitaalkrachtige spelers (Murdock, 2001).

Deze economische structuren hebben verregaande gevolgen op het pluralisme in de media. Uit verschillend onderzoek blijkt immers dat media-eigenaren op verscheidene manieren, zoals de keuze van het management of het al dan niet maken van een bepaalde investering, invloed kunnen uitoefenen op de inhoud van hun producten (Altschull, 1984; Arsenault & Castells, 2008; Curran & Seaton, 1988; Doyle, 2002b; Hamilton, 2004; McKnight, 2003, McQuail, 1994; Murdock & Golding in Curran & Gurevitch, 1996; Shoemaker & Reese, 1991). Deze inhoud, namelijk nieuws, speelt een belangrijke rol in het bepalen hoe mensen de wereld zien (Shoemaker & Reese, 1991).

In dit onderzoek zullen we bestuderen hoe het gesteld is met de Vlaamse situatie. Zoals we kunnen terugvinden in het rapport ‘Mediaconcentratie in Vlaanderen’ van de Vlaamse Regulator voor Media (VRM), kent het Vlaamse Medialandschap eveneens een relatief sterke mediaconcentratie, althans in bepaalde sectoren. Zo zijn de Vlaamse dagbladen sinds kort nog slechts in handen van twee grote mediagroepen, namelijk De Persgroep en Het Mediahuis, een gedeeltelijke fusie van Concentra en Corelio. Bekijken we daarnaast de dertien grootste mediagroepen van naderbij, dan kunnen we concluderen dat er een steeds toenemende crossmediale integratie plaatsvindt (VRM, 2012).

Om na te gaan in welke mate de Vlaamse media hierdoor beïnvloed worden, zullen we een inhoudsanalyse uitvoeren op krantenartikels uit de zes grootste Vlaamse dagbladen. Als onderzoeksonderwerp hebben we gekozen voor televisieberichtgeving omdat hierbij de

achterliggende financiële belangen relatief gemakkelijk te achterhalen zijn. ‘Soft news’ onderwerpen, in tegenstelling tot de meeste ‘hard news’ onderwerpen zoals politiek of economie, vergen immers relatief weinig interpretatie (Gillens & Hertzman, 2000). Zo is het in het geval van een politiek conflict vaak moeilijk te bepalen wat objectieve berichtgeving nu net inhoudt. Welke partij heeft juist gehandeld en welke niet? Hoe moeten bepaalde acties geïnterpreteerd worden? Dergelijke vragen dient een journalist zich meestal niet te stellen in het geval van televisienieuws. Daarnaast is de maatschappelijke impact van ‘hard news’ onderwerpen ook groter, waardoor mediaorganisaties er alle belang bij hebben om bepaalde gebeurtenissen of aspecten daarvan uit de media te weren. Het is bijgevolg moeilijk om een uitspraak te doen over de frequentie van eenzijdige, vertekende of het gebrek aan berichtgeving over dergelijke onderwerpen, aangezien men er vaak geen weet van heeft. Tot slot heeft televisieberichtgeving ook als voordeel dat elke mediagroep verschillende belangen heeft met betrekking tot de verschillende mediaproducten die we zullen bestuderen. Hierdoor kunnen we per mediagroep de berichtgeving over de eigen producten gaan afzetten tegenover de berichtgeving van andere mediagroepen over dit onderwerp (Gillens, M. & Hertzman, C., 2000).

De artikels die we zullen bestuderen zijn verzameld binnen drie verschillende jaartallen: 2006, 2009 en 2012. De keuze voor deze jaartallen is gemaakt op basis van enkele overwegingen. Allereerst is er gekeken naar de transformaties die zich binnen de Vlaamse televisie- en krantenmarkt hebben voorgedaan sinds 1989, met de komst van commerciële televisie. Hierbij valt het op dat, met uitzondering van de overname van de VMMA door Roularta en de Persgroep in 1999, er zich in de beginjaren relatief weinig (grote) veranderingen voorgedaan hebben. Daarnaast helpt de beperking betreffende het tijdsinterval om de focus van het onderzoek duidelijk af te bakenen. Het zou zeker interessant zijn om het onderzoek aan te vatten vanaf 1989, maar aangezien de tijd voor het schrijven van een masterproef beperkt is, moeten we de grootte van de dataverzameling haalbaar houden. Indien we toch dergelijk lange periode zouden opnemen, zouden we oftewel de intervallen erg groot moeten nemen, oftewel telkens slechts een relatief klein aantal artikels per periode analyseren. Vervolgens hebben we geopteerd om ons te focussen op de meest recente veranderingen, aangezien dat het meest actuele informatie kan opleveren. 2006 is een jaar waar verschillende hervormingen op gang zijn gekomen en ook enkele relevante verschuivingen zich hebben voorgedaan, vandaar dat we dit jaartal als vertrekpunt van onze analyse zullen nemen.

De kranten waaruit we de artikels geselecteerd hebben, zijn de volgende: De Morgen, De Standaard, het Nieuwsblad, Het Laatste Nieuws, De Gazet van Antwerpen en het Belang van Limburg. Deze kranten hebben een (relatief) groot bereik en zijn binnen de betalende nieuwsmarkt de grootste spelers. Bovendien onderzoeken we dan zowel de zogenaamde populaire kranten (het Nieuwsblad, Het Laatste Nieuws), als de kwaliteitskranten (De Morgen en De Standaard) en de regionale dagbladen (Gazet van Antwerpen en Het Belang van Limburg). Wat betreft de verdeling over de verschillende mediagroepen, kunnen we volgende samenhang vaststellen: De Standaard en Het Nieuwsblad maken deel uit van Corelio, Het Belang van Limburg en De Gazet van Antwerpen behoren tot Concentra en De Morgen en het Laatste Nieuws vallen onder het mediabedrijf De Persgroep. Op basis van voorgaande selectie hebben we ervoor gekozen om volgende zenders op te nemen in onze analyse: de vier zenders van de openbare omroep namelijk Eén, Canvas, Ketnet en Op12 (omwille van hun contract met Woestijnvis); de drie grootste VMMA-zenders VTM, 2BE en Vitaya - die voor 50% in handen zijn van De Persgroep - ; de sinds mei 2011 via De Vijver tot Corelio behorende kanalen VIER en VIJF en tot slot de Concentrazender Acht. Ook hier hebben we ons hoofzakelijk gebaseerd op het bereikcriterium om met een haalbaar aantal onderzoekseenheden toch een degelijke representativiteit na te streven.

In het theoretisch kader zullen we kort het Vlaamse medialandschap trachten te schetsen over de drie jaartallen heen, waarbij we de focus zullen leggen op de mediagroepen die we in ons onderzoek opnemen. Verder zullen we ook enkele belangrijke begrippen en stromingen trachten te duiden aan de hand van de reeds bestaande wetenschappelijke literatuur. Meer bepaald zullen we ingaan op de politieke economie-benadering, mediaconcentratie en diagonale integratie, nieuwswaarden en journalistieke routines. Aansluitend hierop zal de onderzoeksvraag duidelijk afgebakend worden en zal de gehanteerde onderzoeksmethode toegelicht worden. Vervolgens volgen de resultaten van het onderzoek, de conclusie en enkele suggesties voor verder onderzoek.

## 2 THEORETISCH KADER

### 2.1 POLITIEKE ECONOMIE

Zoals eerder reeds aangehaald is, wordt het medialandschap gekenmerkt door een toenemende eigendomsconcentratie. Ter illustratie: in 1950 telde Vlaanderen nog achttien verschillende krantentitels verdeeld over veertien persbedrijven, vandaag blijven hiervan nog zeven titels over in handen van slechts drie, in de nabije toekomst hoogstwaarschijnlijk twee mediaorganisaties (De Bens, 1997; VRM, 2012). Corelio en Concentra hebben recentelijk immers bekend gemaakt dat ze hun printmedia zullen bundelen in de joint-venture ‘Het Mediahuis’ (Corelio en Concentra bundelen de krachten, 2013). Deze evolutie doet heel wat vraagtekens rijzen bij het tegemoet komen van de media aan hun democratische waakhondfunctie en doet vrezen voor de garantie op van voldoende pluralisme in het media-aanbod. Deze bezorgdheid leeft echter al langer dan vandaag en wordt in het wetenschappelijk onderzoek vaak vertaald in termen van de politieke economie.

Politieke economie is een stroming die zich richt op *‘het analyseren van de relatie tussen de economische structuur en dynamieken van media-industrieën en hun ideologische inhoud’* (McQuail, 1994, p. 82, eigen vertaling). De focus ligt op het ontleden van de mechanismen van het kapitalisme, om op die manier na te gaan wat de gevolgen voor het sociale en politieke leven zijn (Murdock in International Encyclopedia of the Social and Behavioral Sciences, 2011). De bezorgdheid van de onderzoekers ligt vooral bij de hegemonische activiteiten van dominante mediabedrijven, die niet alleen de beeldvorming in de media bepalen, maar tevens de reeds bestaande representaties in de media in stand houden of versterken (Albarran, 2009). Een vaak geformuleerde kritiek ten aanzien van deze benaderingswijze, voornamelijk komend vanuit cultureel-analytische hoek, is dat men cultuur reduceert tot louter economische factoren. Als reactie hierop ontstond de kritische politieke economie, waarbij men de nadruk niet alleen gaat leggen op het materiële, maar ook op het cultureel kapitaal dat nodig is *“om een volwaardig burgerschap te kunnen genieten”* (Murdock in International Encyclopedia of the Social and Behavioral Sciences, 2011, p.9361). In het werk van Curran & Gurevitch omschrijven Golding & Murdock deze stroming als volgt:

*‘Kritische politieke economie is geïnteresseerd in het samenspel tussen de structuur van de economie en het politieke, sociale en culturele leven. Wat betreft*

*de culturele industrieën bekommert deze stroming zich voornamelijk om de impact van de economische dynamiek op de grootte en de diversiteit van het aanbod publieke, culturele expressie en de beschikbaarheid daarvan voor verschillende sociale groepen.<sup>1</sup>* (Golding & Murdock in Curran & Gurevitch, 2000, p. 73, eigen vertaling).

De private media worden dus gezien als instrumenten voor klassedominantie. Bedrijfselites en media-eigenaars hebben immers geprivilegieerde toegang tot het nieuws en hebben de macht om de redactionele lijn en het culturele standpunt van de kranten en televisiestations die ze bezitten te bepalen (Hamilton, 2004; McKnight, 2003; McQuail, 1994; Murdock & Golding in Curran & Gurevitch, 1996). Bovendien zorgt de commercialisering van de media ervoor dat mediaconsumptie steeds afhankelijker wordt van inkomen. Mediabedrijven fungeren immers op de zogenaamde ‘dual-product’-markt. Enerzijds produceren ze media-inhoud die ze verkopen aan een zo ruim mogelijk publiek, anderzijds kunnen ze dat publiek dan weer verkopen aan adverteerders, die zoveel mogelijk koopkrachtige individuen trachten te bereiken (De Bens, 1997; Doyle, 2002b; McQuail, 1994). De media-inhoud zal dus afgestemd worden op de noden en wensen van deze laatste groep, aangezien zij een grote inkomstenbron zijn. Hierdoor komen kleine, alternatieve groepen beduidend minder aan bod. Media richten zich dus, in tegenstelling van wat er van hen verwacht wordt, zeker niet in gelijke mate op elke burger (Murdock & Golding in Curran & Gurevitch, 1996).

De relevantie van deze stroming is de laatste jaren stelselmatig weer toegenomen. Politieke economie biedt immers een gepast perspectief om de wereldwijde tendens naar mediaconcentratie, convergentie en crossmedialiteit te analyseren (McQuail, 1994). Vandaar dat we hieruit zullen vertrekken om na te gaan in welke mate de Vlaamse mediabedrijven in inhoud, structuur en werking beïnvloed worden door hun eigenaars.

## **2.2 *MEDIACONCENTRATIETENDENSEN***

In het huidige medialandschap zien we een toenemende tendens naar mediaconcentratie en crossmedialiteit, mogelijk gemaakt door de globalisering en de digitale technologie, de drijvende kracht achter convergentie (McQuail, 1994; Doyle, 2002b). Mediagroepen zijn

---

<sup>1</sup> Critical political economy is interested in the general interplay between economic organizations and political, social and cultural life. In the case of cultural industries we are particularly concerned to trace the impact of economic dynamics on the range and diversity of public cultural expression and its availability to different social groups.



steeds vaker actief in verschillende sectoren (diagonale integratie), bezitten meerdere mediaproducten in eenzelfde categorie (horizontale integratie) en staan in voor verscheidene fasen in het productieproces (verticale integratie). Hierdoor wordt het steeds gemakkelijker om eenzelfde inhoud aan te bieden in verschillende media, bijvoorbeeld het uitzenden van een radioprogramma op de televisie of het beschikbaar stellen van nieuws op het internet. Bovendien gebeurt dit alles steeds vaker over de landsgrenzen heen (Doyle, 2002a, 2002b). Zo zien we in Vlaanderen dat onder meer Concentra, De Persgroep, Roularta en Think Media actief zijn in Nederland. Daarnaast brengt Roularta ook nog magazines uit in Frankrijk en Duitsland (VRM, 2012).

Door de groei van deze grote mediagroepen, veroorzaakt door overnames en fusies, slinkt het aantal spelers op de mediamarkt gestaag. Dit proces wordt wel eens 'the paradox of capitalism' genoemd. Hoewel een geglobaliseerde markt op het eerste zicht voor meer diversiteit en pluralisme in de berichtgeving zorgt, aangezien de competitie vergroot, leidt dit uiteindelijk net tot minder diversiteit (Demers, 2002). Enkel de bedrijven die groot en kapitaalkrchtig genoeg zijn, zijn in staat zijn om (internationaal) uit te breiden. Kleinere bedrijven beschikken hiervoor immers niet over voldoende middelen, aangezien zij niet interessant genoeg bevonden worden voor de meeste adverteerders, waardoor ze na verloop van tijd niet meer mee kunnen concurreren en afsterven op een faillissement of overgenomen worden door een grotere mediagroep (Desmet 2011; Doyle, 2002b). Bijgevolg wordt ook het instapbedrag tot de markt steeds hoger – ondanks de komst van nieuwe technologieën die de productiekosten drukken - waardoor het erg moeilijk is voor nieuwe bedrijven om nog toe te treden. Wanneer dit proces zich blijft herhalen, resulteert dit uiteindelijk in een oligopolische markt met enkele grote spelers die allen dezelfde visie uitdragen, maar toch nog net voldoende van elkaar verschillen om zich te kunnen differentiëren (Doyle, 2002a & Picard, 1988). Ook op de Vlaamse dagbladenmarkt zet deze tendens zich door. In de verschillende kranten vinden we vaak grotendeels hetzelfde nieuws terug, hoewel er een zeer ruim aanbod is aan potentieel nieuwswaardige gebeurtenissen. Het gevolg van deze situatie is dat kleinere, alternatieve groepen geen kans krijgen om hun visie via de massamedia te verspreiden, aangezien de marktstructuur dit niet toelaat (Herman & Chomsky, 1988).

De dominantie van enkele conglomeraten die het merendeel van de media-inhoud produceren, is een wereldwijde, niet zo onschuldige tendens (Murdock & Golding in Curran & Gurrevitch,

1996). Er zijn immers heel wat ‘gevaren’ aan verbonden. Aangezien het eigendom van de media slechts in beperkte handen is, zal dit leiden tot een beknotting in de diversiteit van de berichtgeving. Media-eigenaars kunnen immers op verschillende manieren hun invloed uitoefenen op de media-inhoud, bijvoorbeeld via de keuze van het management, het bepalen van de strategische richtlijnen die het bedrijf moet volgen, het nemen van beslissingen inzake investeringen, enzovoort (Doyle, 2002b). Divers onderzoek heeft uitgewezen dat men vaak gebruik maakt van deze mogelijkheden om hun eigen ideeën te verspreiden (Altschull, 1984; Doyle, 2002b; Hamilton, 2004; McKnight, 2003, McQuail, 1994; Murdock & Golding in Curran & Gurevitch, 1996; Shoemaker & Reese, 1991). Zo zal men op minder weerstand stuiten om bepaalde, eerder eenzijdige berichtgeving door de selectie te krijgen indien het kaderpersoneel hier mee akkoord gaat of wanneer men hiermee de belangen van een belangrijke (financiële) partner, bijvoorbeeld een aandeelhouder of een grote adverteerder, ondersteunt. Dergelijke praktijken zorgen er onder meer voor dat de media langer niet kunnen voorzien in hun taak om de burgers neutraal en onafhankelijk te informeren, wat gezien zou kunnen worden als een bedreiging voor de democratie (Herman & Chomsky, 1988). Ook in Vlaanderen stellen we vast dat er anno 2013 slechts elf grote mediagroepen zijn, die het merendeel van het medialandschap in hun bezit hebben (VRM, 2012). In het deel over het Vlaamse medialandschap wordt de situatie bij ons besproken en nader toegelicht.

### **2.2.1 Diagonale integratie**

Voor het gevoerde onderzoek zijn vormen van diagonale integratie het meest relevant, aangezien het hierbij gaat om het actief zijn van een mediabedrijf in meerdere, verschillende mediamarkten. Meer specifiek trachten we na te gaan wat de drijfveren zijn voor een organisatie om activiteiten te combineren op de televisie- en de krantenmarkt, een steeds vaker voorkomende vorm van samenwerking (VRM, 2012).

Aan diagonale of crossmediale integratie zijn heel wat voordelen verbonden. Zo kan het leiden tot positieve synergie en efficiëntiewinst voor het bedrijf. Toch zijn er nog heel wat verschillen tussen de technologieën en technieken die gebruikt worden in de televisie-industrie en diegene die men toepast in de dagbladenindustrie. Convergentie tussen beiden leidt dus meestal niet tot grote voordelen op vlak van productie, tenzij beide media inhoudelijk erg op elkaar lijken. Desondanks komen deze samenwerkingsverbanden vaak voor. Een van de meest belangrijke oorzaken hiervan is risicovermindering. Men wil niet te

afhankelijk zijn van één specifieke markt en gaat daardoor inzetten op twee of meer verschillende markten. Een andere motivatie kan zijn dat men wil anticiperen op de mogelijke schaalvoordelen die binnenkort mogelijk zouden kunnen worden in deze snel evoluerende wereld (Doyle, 2002b). Tot slot is er ook de mogelijkheid tot het promoten van het ene medium in het andere (Doyle, 2002b; Murdock & Golding in Curran & Gurevich, 1996). Het is vooral op dit potentiële voordeel dat we ons zullen focussen in dit onderzoek.

### **2.2.2 Crosspromotie**

Zoals elk bedrijf hebben ook de grote mediaconglomeraten er belang bij dat hun producten een goed imago hebben. Er zijn natuurlijk talrijke mogelijkheden binnen de reclame en marketingwereld om dit te verwezenlijken, maar hieraan is meestal een hoog prijskaartje verbonden. Daarom is crosspromotie geen ongewoon verschijnsel binnen de mediamarkt (Hamilton, 2004). Met crosspromotie bedoelen we het aanbevelen van een product of medium, bijvoorbeeld een radiozender of een bepaald radioprogramma, via een ander product of medium dat in handen is van dezelfde eigenaars, bijvoorbeeld op een televisiezender of in een magazine. Informatie over de verschillende producten van eenzelfde mediagroep is immers gemakkelijk, snel en goedkoop te verkrijgen. In onze analyse zullen we op zoek gaan naar voorbeelden hiervan op de Vlaamse mediamarkt. Zo veronderstellen we dat De Morgen meer zal berichten over VTM en Kanaaltwee dan De Standaard en dat Het Nieuwsblad positiever zal schrijven over VIER vanaf 2011, wanneer deze zender aan de mediaportefeuille van Corelio toegevoegd is.

Dergelijke vorm van promotie is echter niet altijd zo onschuldig als men op het eerste zicht zou denken. Wanneer men crosspromotie gebruikt om een nieuw, alternatief product te promoten, kan men dit als een positief gegeven beschouwen aangezien dit het pluralisme in de media bevordert. Indien crosspromotie echter gebruikt wordt om een gelijkaardig product te promoten, met andere woorden, een product dat een visie vertegenwoordigt die reeds veel aanbod komt, dan wordt dit als negatief beschouwd. Op die manier wordt het marktaandeel van de dominante visie nog vergroot, wat een negatieve impact heeft op het pluralisme in de mediaberichtgeving (Hamilton, 2004).

## **2.3 HET NIEUWSSELECTIEPROCES**

Bij het analyseren van nieuwsberichtgeving in kranten is het belangrijk om stil te staan bij de vraag: ‘Wat is nieuws?’ Op basis van welke criteria beslissen journalisten om een bepaald

bericht al dan niet te publiceren? Over het verloop van het nieuwsselectieproces hebben vele auteurs zich al uitgesproken. Deze studies noemt men de zogenaamde ‘gatekeeping’ studies. Men gaat na welke factoren bepalen welke berichten het nieuws halen en welke niet (Shoemaker, 1991). Een van de meest belangrijke studies hieromtrent is het gekende onderzoek van Galtung & Ruge. Zij onderscheiden twaalf nieuwswaarden, weerspiegelingen van de grondregels die journalisten volgen bij het selecteren van nieuwswaardige verhalen (Harcup & O’Neill, 2001). De nieuwswaarden die zij aanhalen, zijn de volgende: frequentie, drempelwaarde, eenduidigheid, zinvolheid, harmonie, het onverwachte, continuïteit, compositie, elitelands, elitepersonen, personificatie en negativiteit. Vervolgens stellen zij dat hoe meer van bovenstaande elementen er teruggevonden kunnen worden in een bericht, hoe meer kans dat bericht maakt om gepubliceerd te worden (Galtung & Ruge geciteerd in Harcup & O’Neill, 2001). Deze nieuwswaarden zijn vaak niet expliciet terug te vinden in een bericht, maar moeten gezocht worden door ‘*tussen de lijntjes te lezen*’ (Lipmann in Gans, 1970, p. 39).

Tot op de dag van vandaag wordt deze nieuwswaardentheorie nog steeds als zeer waardevol beschouwd binnen het wetenschappelijk onderzoek (McQuail, 1994). Desondanks zijn er tegenwoordig heel wat andere factoren die een invloed uitoefenen op de nieuwsselectie.

### **2.3.1 Hedendaagse nieuwswaarden**

Verschillende auteurs hebben getracht enkele recentere nieuwsselectieprocessen of nieuwswaarden te onderscheiden. Zo heeft McManus het over drie soorten selectielogica op basis van dewelke men het nieuws gaat selecteren: de journalistieke logica, de marktlogica of een compromis tussen beide. Wanneer een bedrijf ervoor kiest de journalistieke logica te volgen, heeft ze tot doel het publiek zo goed en objectief mogelijk te informeren, onafhankelijk van externe belangen. Wanneer men vooral de marktlogica volgt, zal men voornamelijk nieuws brengen dat zo veel mogelijk mensen aanspreekt en dat zo weinig mogelijk schade berokkent aan de adverteerders en aandeelhouders. Tot slot kan men er ook voor kiezen om een combinatie van beide te volgen. Een andere benadering is die van Hamilton. Hij maakt een verschil op basis van de vijf verschillende ‘W’-vragen. Enerzijds diegenen die bepalen of een bericht op zich nieuwswaardig is volgens de journalistieke regels, namelijk: wie, wat, waar, waarom en wanneer, anderzijds diegene die bepalen of het economisch gezien de moeite waard is om een bericht te publiceren: wie geeft er om een

bepaald stukje informatie, wat is men bereid ervoor te betalen, waar kan men hen bereiken, wanneer is het winstgevend om deze informatie aan te bieden en waarom is dit winstgevend?

Herman & Chomsky stellen in hun werk dat het selecteren van nieuws aan de hand van objectieve criteria een utopie is. Er zijn volgens hen immers enkele filters die al op een zodanig natuurlijke wijze het selectieproces bepalen, dat men het niet meer opmerkt. Deze filters vloeien elk voort uit de aanwezigheid van geld en/of macht. Hierdoor kunnen de kapitaalkrachtigen bepalen welke berichten het nieuws halen – en dus het publiek bereiken – en welke niet. Op die manier slagen ze erin om zichzelf en hun ideeën wijdverspreid bekend te maken, terwijl alternatieve groepen geweerd worden of op een negatieve manier in beeld zullen komen (Herman & Chomsky, 1988).

### **2.3.2 Journalistieke routines**

Niet alleen nieuwswaarden, maar ook journalistieke routines bepalen welke berichten het nieuws halen en welke niet. Deze routines vinden plaats op verschillende niveaus, van het niveau van de organisatie tot de persoonlijke kenmerken en voorkeuren van de journalist zelf. Over de sterkte van deze invloed zijn de meningen verdeeld. Waar men het echter wel over eens is, is dat journalistieke routines nodig zijn om een complex proces zoals nieuwsselectie te vergemakkelijken (Shoemaker, 1991 & Shoemaker & Reese, 1991).

Allereerst bespreken we enkele factoren die op individueel niveau de nieuwsselectie kunnen beïnvloeden. Met betrekking tot televisieberichtgeving speelt persoonlijke voorkeur hier in zekere mate mee (Shoemaker, 1991). Deze voorkeur wordt op zijn beurt dan weer bepaald door allerlei socio-demografische factoren zoals leeftijd, geslacht en opleidingsniveau. Daarnaast zijn ook relaties een belangrijk element die de nieuwsselectie kunnen kleuren (Shoemaker & Reese, 1991). Journalisten zijn voor hun informatie immers afhankelijk van verschillende bronnen. Logischerwijze kent men in de meeste gevallen meer collega-journalisten uit dezelfde mediagroep, waardoor men hen gemakkelijker zal raadplegen indien men snel bepaalde informatie nodig heeft (Shoemaker, 1991).

Vroeger hechtte men veel belang aan de zogenaamde willekeur van de journalist, maar dit idee is ondertussen reeds geruime tijd achterhaald. Individuele factoren spelen wel mee, maar journalisten zijn eerst en vooral gebonden aan organisatie-gerelateerde waarden en normen, waarmee ze meteen kennis maken door de ‘socialisatie’ in het mediabedrijf. Het belang hiervan is niet te onderschatten, aangezien een journalist nog steeds ondergeschikt is aan de

hoofdredacteurs en het kaderpersoneel. Wie zich niet aan de regels houdt die door het bedrijf opgesteld zijn, loopt het risico zijn baan te verliezen (Shoemaker & Reese, 1991). De vraag die hierbij vaak centraal staat, is: wat verkoopt? Wie leest onze krant en wat voor nieuws lezen zij graag? Met welk soort nieuws zouden we nog meer publiek kunnen aantrekken? Dit wordt meestal bepaald aan de hand van nieuwswaarden, die reeds eerder aan bod gekomen zijn. Daarnaast kijken mediaorganisaties ook vaak naar de concurrentie. Er wordt een afweging gemaakt tussen voldoende primeurs trachten te brengen, maar toch geen belangrijk nieuws missen dat in de andere kranten wel belicht wordt. Verder kijkt men ook naar de gehele nieuwssamenstelling om te bepalen of er binnen een bepaalde rubriek nog ruimte is voor het bericht of niet (Shoemaker, 1991). Tot slot speelt de winstmaximalisatie-doelstelling ook hier mee: nieuws selecteren dat zo veel mogelijk publiek bereikt, tegen een zo laag mogelijke kostprijs. Terugvallen op informatie van collega's uit dezelfde mediagroep, is in dit geval een gemakkelijke, snelle en goedkope oplossing (Shoemaker & Reese, 1991).

Zoals uit bovenstaande informatie blijkt, wordt het nieuwsselectieproces dus door het wat meer factoren bepaald dan louter het promoten van de eigen mediaproducten. We moeten er ons dus bewust van zijn dat deze andere belangen intermediaire factoren kunnen zijn die ervoor zorgen dat mogelijke verbanden die we zullen vinden erg zwak zijn. Zo zou het kunnen dat Het Laatste Nieuws veel schrijft over Woestijnvisproducties, omdat deze programma's meestal de interesse van veel lezers wekken.

## ***2.4 CONTEXT: HET VLAAMSE MEDIALANDSCHAP***

In dit onderdeel zullen we de situatie van het Vlaamse medialandschap nader toelichten. We focussen ons hierbij op de televisie- en krantenmarkt en dat voor de drie relevante periodes voor ons onderzoek.

### **2.4.1 Anno 2006**

In tabel 1 hieronder wordt zeer beknopt samengevat hoe het Vlaamse medialandschap er begin 2006 uitzag. Opnieuw beperken we ons hier tot de relevante informatie voor het onderzoek.

Tabel 1: beknopt overzicht medialandschap 2006

Mediagroep	Mediumtitel	Mediumtype
Concentra	Gazet van Antwerpen	Print
	Het Belang van Limburg	Print
Corelio	Woestijnvis	Contentproductie
	De Standaard	Print
	Het Nieuwsblad	Print
	Het Volk	Print
De Persgroep	Kanaaltwee	Audiovisueel
	VTM	Audiovisueel
	De Morgen	Print
	De Tijd	Print
	Het Laatste Nieuws	Print
Media ad Infinitum	Vitaya	Audiovisueel
SBS Belgium	VT4	Audiovisueel
	VIJFtv	Audiovisueel
VRT	Eén	Audiovisueel
	Ketnet / Canvas	Audiovisueel

We zien dat er op dat ogenblik slechts één mediagroep is die zowel print als audiovisuele media bezit, namelijk De Persgroep. Zij zijn actief op de televisiemarkt via aandelen (50 percent) in de Vlaamse Mediamaatschappij. Daarnaast heeft Corelio via De Vijver aandelen in het productiehuis Woestijnvis en kunnen we ook daar gaan zoeken naar het mogelijk voorkomen van crosspromotie.

Verder lezen we in de Beleidsbrief Media 2006 dat toenmalig minister van Media Geert Bourgeois aandacht heeft voor de verandering die de introductie van digitale televisie met zich mee zal brengen. Hij haalt hierbij onder meer aan dat dit ongetwijfeld zal leiden tot een toename van de mediaconvergentie. Daarnaast neemt hij notie van de toenemende mediaconcentratie binnen de geschreven (en audiovisuele) media. Hij somt enkele maatregelen op die hij zal nemen om een pluralistisch en kwaliteitsvol media aanbod te

vrijwaren, waaronder het verhogen van de financiële steun aan de dagbladen. Daarnaast wordt er ook een nieuw controleorgaan opgericht dat een eenduidiger toezicht mogelijk moet kunnen maken, namelijk de Vlaamse Regulator voor de Media. Dit orgaan is een integratie van de Vlaamse Geschillenraad voor Radio en Televisie, de Vlaamse Kijk- en Luisterraad voor Radio en Televisie en het Vlaams Commissariaat voor Media. Tot slot worden ook de eerste krijtlijnen uitgetekend voor de oprichting van het cultuurkanaal van de VRT dat later OP12 zal worden (Beleidsbrief Media, 2006).

#### **2.4.2 Anno 2009**

Gedurende de voorgaande drie jaren hebben er zich enkele significante wijzigingen voorgedaan binnen het medialandschap. Zo is de krant Het Volk volledig geïntegreerd in Het Nieuwsblad en telt het Vlaamse krantenlandschap dus een dagblad minder. Het televisieaanbod daarentegen is sterk aangegroeid door de digitalisering (VRM, 2009). Ter illustratie kan in bijlage 1 een overzicht van alle particuliere televisiezenders die op dat ogenblik erkend zijn en zich op de ganse Vlaamse Gemeenschap richten, teruggevonden worden.

Hoewel er weinig tot niets veranderd is in de aandeelhoudersstructuren, zijn er toch twee belangrijke wijzigingen op te merken. Enerzijds de naamsverandering van Kanaal2 naar 2BE, anderzijds de komst van de digitale zender Acht, waardoor nu ook Concentra actief wordt binnen de audiovisuele mediamarkt.

Verder wijst men er in het Rapport Mediaconcentratie in Vlaanderen 2009 op dat elke mediagroep steeds meer diversiteit vertoont en dat er een tendens is naar integratie en crossmediale samenwerking (VRM, 2009).

#### **2.4.3 Anno 2012**

Ook tussen 2009 en 2012 heeft het medialandschap enkele transformaties ondergaan. Zo is de realisatie van het derde VRT-kanaal een feit. Eén behoudt haar eigen net en Ketnet deelt haar zendtijd vanaf 14 mei 2012 met OP12, waardoor ook Canvas nu een eigen kanaal heeft. Daarnaast zijn de zenders VT4 en VIJFtv in april 2011 door SBS Belgium verkocht aan De Vijver Media, dat in handen is van Corelio, Sanoma en Waterman & Waterman. Alle drie bezitten zij één derde van de aandelen. In september 2012 zijn deze twee zenders vervolgens na een rebranding geherlanceerd als VIER en VIJF. Ook Corelio is dus nu via deze holding



actief op de televisiemarkt. Verder is de lifestyle-zender Vitaya overgenomen door De Persgroep. Tot slot is het exclusiviteitscontract tussen productiehuis Woestijnvis en de VRT afgelopen, waardoor deze nu mediacontent kan produceren voor VIER en VIJF (VRM, 2012). Een volledig overzicht van het particuliere mediavergangenheid anno 2012, is terug te vinden in bijlage 2. Hieronder in tabel 2 schetsen we opnieuw een beknopte samenvatting van het Vlaamse mediavergangenheid, zes jaar later.

**Tabel 2: beknopt overzicht mediavergangenheid 2012**

<b>Mediagroep</b>	<b>Mediumtitel</b>	<b>Mediumtype</b>
Concentra	Acht	Audiovisueel
	Gazet van Antwerpen	Print
	Het Belang van Limburg	Print
Corelio	VIER	Audiovisueel
	VIJF	Audiovisueel
	Woestijnvis	Contentproductie
	De Standaard	Print
	Het Nieuwsblad	Print
De Persgroep	2BE	Audiovisueel
	Vitaya	Audiovisueel
	VTM	Audiovisueel
	De Morgen	Print
	De Tijd	Print
	Het Laatste Nieuws	Print
VRT	Eén	Audiovisueel
	Canvas	Audiovisueel
	Ketnet / OP12	Audiovisueel

## 1.5 Onderzoeksvragen

Zoals uit de literatuurstudie gebleken is, zien we ook in Vlaanderen toenemende vormen van mediaconcentratie. Momenteel worden er in Vlaanderen zeven verschillende dagbladen gedistribueerd die verdeeld zijn over drie grote mediagroepen<sup>2</sup>. Binnen de televisiemarkt valt het op dat er veel contentproducenten zijn, maar steeds minder spelers die actief zijn in de distributiefase. Hierdoor is er wel groot aanbod waaruit gekozen kan worden, maar het zijn steeds minder spelers die bepalen welke inhoud er uitgezonden zal worden en welke niet (VRM, 2012). Ook zien we dat de hedendaagse nieuwswaarden, de richtlijnen die gebruikt worden om te bepalen welke berichten nieuwswaardig zijn en welke niet, heel wat veranderd zijn ten opzichte van vroeger. We zien dat de nood aan winstmaximalisatie blijft botsen met het doel om onafhankelijk en neutraal te informeren, een tweestrijd die menig mediabedrijf parten speelt. Een van de mogelijkheden die toegepast worden met oog op winstbejag is crosspromotie, het aanprijzen van het ene product of medium in een ander medium dat in handen is van dezelfde eigenaar. In dit onderzoek zullen we nagaan of dit een vaak voorkomend verschijnsel is in de Vlaamse media en welke gevolgen dit heeft op het mediapluralisme. Hiertoe zullen we een antwoord trachten te formuleren op volgende onderzoeksvragen:

*Wordt er over televisiezoekers significant meer geschreven in dagbladen die in handen zijn van dezelfde eigenaar dan door andere dagbladen?*

*Wordt er over televisiezoekers significant positiever geschreven in dagbladen die in handen zijn van dezelfde eigenaar dan door andere dagbladen?*

---

<sup>2</sup> Sinds 27 juni 2012 hebben Corelio en Concentra bekendgemaakt dat ze hun krantentitels zullen uitgeven onder Het Mediahuis, een joint venture tussen beide mediagroepen. Tegenwoordig zijn er dus eigenlijk nog slechts twee grote mediagroepen actief op de Vlaamse krantenmarkt. Dit is nog niet van toepassing op onze data dus vandaar dat we hier uitgaan van drie mediagroepen.

### 3 ONDERZOEKSMETHODE

Om na te kunnen gaan of crosspromotie een frequent gebruikte techniek is binnen de Vlaamse mediaorganisaties, zullen we een hoofdzakelijk kwantitatieve inhoudsanalyse uitvoeren op krantenartikels uit de voornaamste Vlaamse dagbladen. Zoals eerder aangehaald nemen we volgende zes dagbladen op: De Morgen, De Standaard, Het Laatste Nieuws, Het Nieuwsblad, De Gazet van Antwerpen en Het Belang van Limburg. Omdat het ook interessant is om mogelijke evoluties overheen de afgelopen jaren te gaan meten, hebben we de artikels geselecteerd uit drie verschillende periodes: 2006, 2009 en 2012. Meer specifiek hebben we drie periodes geconstrueerd, elk bestaande uit één week in de maanden februari, juni en oktober. We zijn begonnen met van de eerste week van januari, de tweede van juni en de derde van oktober, om vervolgens tijdens het volgende jaartal per maand telkens een week op te schuiven. Dit brengt ons tot volgende weken: 31/01/2006 – 05/02/2006, 05/06/2006 – 11/06/2006 en 09/10/2006 – 15/10/2006; 02/02/2009 – 08/02/2009, 15/06/2009 – 21/06/2009 en 19/10/2009 – 25/10/2009; 13/02/2012 – 19/02/2012, 18/06/2012 – 24/06/2012 en 29/10/2012 – 04/11/2012. Bij het selecteren van deze tijdspannes hebben we rekening gehouden met enkele belangrijke factoren. Zo hebben we er bewust voor gekozen om naast drie verschillende maanden, gelijkmatig verdeeld over het jaar, ook binnen de maanden niet telkens dezelfde weken op te nemen. Op die manier trachten we vertekening op basis van specifieke berichtgeving gedurende een bepaalde periode – zowel overheen het ganse jaar als binnen één maand – te voorkomen. Daarnaast hebben we ook geprobeerd de focus te leggen op dagdagelijkse berichtgeving en dus met andere woorden ons niet te focussen op de berichtgeving tijdens de periodes dat er veranderingen in het medialandschap plaatsvonden. Het valt te verwachten dat over grote verschuivingen reeds lange tijd voor en na bericht wordt, maar we trachten dit effect te beperken door er zo ruim mogelijk rond te blijven. Dit omdat we ervan uit kunnen gaan dat dergelijke gebeurtenissen sowieso een zekere nieuwswaarde hebben en dus op zichzelf al meer kans hebben om in het nieuws te komen, wat voor een vertekening zou kunnen zorgen in de resultaten.

De inhoudsanalyse is uitgevoerd aan de hand van een zelf geconstrueerd codeboek. Hierin worden de richtlijnen omschreven die gevolgd zijn tijdens het analyseren van de artikels, alsook de verschillende variabelen die we gecodeerd hebben. Het volledige codeboek is terug te vinden in bijlage 3. Vervolgens hebben we met behulp van het statistische programma

SPSS (versie 20) enkele analyses uitgevoerd op onze data die ons moeten helpen bij het beantwoorden van de onderzoeksvraag. Hierbij hebben we dankbaar gebruik gemaakt van de adviezen uit het ‘SPSS in onderzoek’ (Mortelmans & Dehertogh, 2008) en ‘Basishandboek SPSS’ (De Vocht, 2010).

Zoals we hebben kunnen zien in het onderdeel ‘Context: het Vlaamse Medialandschap’ zijn sommige van de zenders die we opgenomen hebben gedurende de periode van onze analyse niet de gehele tijd in handen van dezelfde eigenaar geweest. Daarom werken we per analyse vaak met meerdere afzonderlijke tabellen, om het effect per zender duidelijker te kunnen meten, evenals om bij de zenders die doorheen de onderzoeksperiode overgenomen zijn te kunnen gaan vergelijken tussen de berichtgeving voor en na de overname. Dit zal echter uitgebreid aan bod komen in de resultatensectie hieronder.

## 4 RESULTATEN

In totaal hebben we 2241 artikels gecodeerd, waaruit 3789 verschillende actoren gehaald konden worden. Meestal werken we in de analyses met de variabele ‘actor (act)’, maar in sommige gevallen hebben we toch het artikelniveau nodig. Daarom hebben we een derde variabele geconstrueerd, namelijk ‘actornummer (actnr)’. Variabelen die iets meten op artikelniveau, bijvoorbeeld de lengte van het artikel, zijn immers voor elke actor binnen dat artikel hetzelfde. Wanneer we al deze cases zouden opnemen, krijgen we in onze resultaten niet wat we willen meten. Door enkel de actoren met ‘actnr’ = 1 op te nemen, verkrijgen we wel de juiste gegevens.

Allereerst hebben we enkele frequentietabellen opgevraagd om een algemeen beeld te krijgen over de verdeling van de gegevens. Het gaat hier over artikelniveau, dus N = 2241.

<b>Krant waarin het artikel verschenen is</b>			
	Frequency	Percent	Valid Percent
De Standaard (DS)	264	11,8 %	11,8 %
De Morgen (DM)	277	12,4 %	12,4 %
Het Nieuwsblad (NB)	411	18,3 %	18,3 %
Het Laatste Nieuws (HLN)	478	21,3 %	21,3 %
Gazet van Antwerpen (GvA)	410	18,3 %	18,3 %
Het Belang van Limburg (HBvL)	401	17,9 %	17,9 %
Total	2241	100,0 %	100,0 %

Uit deze tabel kunnen we opmaken dat de verdeling van de artikels over de verschillende kranten niet gelijk is. Het Laatste Nieuws publiceert met 21,3 procent het meeste artikels over televisie; 3 procent meer dan concurrent Het Nieuwsblad. De Standaard publiceert dan weer het minste artikels over televisie, slechts 11,8 procent. In De Morgen vonden we 12,3 procent van de artikels terug. Over het algemeen valt op dat de populaire en regionale kranten meer over televisie schrijven dan de kwaliteitskranten. Deze verdeling is belangrijk indien we willen gaan vergelijken hoeveel percent van het totaal aantal geschreven artikels over één bepaalde zender in elke krant verschenen is. Uit deze tabel blijkt immers dat we daarbij niet zo maar Het Laatste Nieuws met De Standaard kunnen vergelijken, aangezien Het Laatste Nieuws bijna dubbel zo veel artikels geschreven heeft over televisie dan De Standaard. Daarom zullen we, wanneer ter aanvulling van deze methode gebruik maken, enkel de kwaliteitskranten en de populaire kranten onderling beschouwen. Meestal zullen we ons

echter beperken tot de relatieve verhoudingen binnen eenzelfde krant, waarbij we dan kunnen gaan vergelijken of een bepaalde krant een groter aandeel van al haar televisie-gerelateerde artikels besteedt aan een zekere zender, dan andere kranten.

Zender			
	Frequency	Percent	Valid Percent
Eén	970	25,6 %	25,6 %
Canvas	584	15,4 %	15,4 %
Ketnet	175	4,6 %	4,6 %
Op12	16	0,4 %	0,4 %
VTM	1159	30,6 %	30,6 %
Valid Kanaaltwee / 2BE	224	5,9 %	5,9 %
Vitaya	76	2,0 %	2,0 %
VT4 / VIER	402	10,6 %	10,6 %
VIJFtv / VIJF	149	3,9 %	3,9 %
Acht	33	0,9 %	0,9 %
Total	3788	100,0 %	100,0 %
Missing System	1	0,0 %	
Total	3789	100,0 %	

Bekijken we het voorkomen van de verschillende zenders in de geobserveerde artikels, dan kunnen we hierbij erg grote verschillen waarnemen. VTM steekt ver uit boven de rest, deze zender komt voor in 30,6 percent van alle artikels voor. Ook over het grootste VRT-net Eén wordt er veel geschreven. Deze zender komt immers voor in 25,6 percent van de geanalyseerde artikels. Verder valt het op dat er over OP12 en Acht nauwelijks geschreven wordt. Acht werd amper 33 keer vernoemd, OP12 zelfs maar 16 maal. In vergelijking met het totaal aantal artikels, komen ze slechts voor in nog geen één percent van de artikels.

Omwille van deze grote onderlinge verschillen, zullen we steeds in relatieve aantallen vergelijken in plaats van de absolute frequenties. Verder doet deze frequentietabel ons vermoeden dat we het moeilijk zullen hebben om over Acht, Vitaya en VIJFtv veralgemeenbare resultaten te kunnen trekken aangezien het aantal, dat we over deze zender hebben verzameld, ondanks de grote steekproef, toch relatief klein is. Over de zenders van de VRT zullen we geen rechtsreekspraak doen, maar deze informatie is belangrijk om meer te weten te komen over de Woestijnvisprogramma's.

## **4.1 EERSTE ONDERZOEKSVRAAG**

### **4.1.1 Eerste benadering**

Nu we een algemeen beeld hebben over de data, kunnen we overgaan tot het beantwoorden van de eerste onderzoeksvraag, namelijk: wordt er over televisiezenders significant meer geschreven in dagbladen die in handen zijn van dezelfde eigenaar dan door andere dagbladen? Hiervoor vragen we een kruistabel op die opgebouwd is uit twee variabelen: krant en zender. Aangezien het hier gaat om twee nominale variabelen, zullen we de Chi<sup>2</sup>-toets opvragen om na te gaan of de gevonden verbanden significant zijn, evenals de associatiemaat Cramer's V om de sterkte van het verband te kunnen meten. Voor de vaak voorkomende zenders voeren we deze analyse telkens tweemaal uit: één keer voor alle artikels en één keer beperkt tot de artikels die expliciet over televisie gaan. Dit doen we door het databestand te filteren op de variabele 'is televisie het hoofdonderwerp (tvhond)' = 1. Wanneer het aantal actoren kleiner is dan 100 of de Chi<sup>2</sup>-toets is ongeldig bij het volledig aantal artikels, voeren we deze extra analyse niet uit. Om een Chi<sup>2</sup>-toets te mogen uitvoeren moet er immers aan twee belangrijke voorwaarde voldaan zijn. Ten eerste moeten alle verwachte celfrequenties groter zijn dan 1 en ten tweede mag slechts 20 percent van alle verwachte celfrequenties zich tussen 1 en 5 bevinden (De Vocht, 2010). Splitsen we het databestand nog meer op, dan wordt de kans dat we deze significantietoets niet mogen uitvoeren enkel groter.

Kruistabel Zenders VTM & Kanaaltwee/2BE * Krant									
			Krant waarin het artikel verschenen is						Total
			DS	DM	NB	HLN	GvA	HBvL	
Z –	Andere zenders	Count	339	407	441	416	408	394	2405
		% within Krant	68,9%	69,2%	65,2%	54,7%	63,4%	62,8%	63,5%
V T	VTM	Count	117	137	220	311	188	186	1159
		% within Krant	23,8%	23,3%	32,5%	40,9%	29,2%	29,7%	30,6%
M – K2	Kanaaltwee / 2BE	Count	36	44	15	34	48	47	224
		% within Krant	7,3%	7,5%	2,2%	4,5%	7,5%	7,5%	5,9%
Total		Count	492	588	676	761	644	627	3788
		% within Krant	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

We zien dat 40,9 percent van de actoren die we gevonden hebben in de artikels van Het Laatste Nieuws te maken hebben met deze zender. Bij Het Nieuwsblad is dit zo'n 8 percent lager, wat beduidend minder is maar nog steeds een stuk boven het gemiddelde marktaandeel, dat van 2006 tot 2012 varieerde van 22 tot 18,9 percent (CIM, 2012; Studiedienst van de Vlaamse Regering, 2011). Ook de kwaliteitskranten zitten daar wat boven, maar heel wat minder dan de populaire en regionale kranten. Het verschil tussen De Standaard en De Morgen onderling is verwaarloosbaar, namelijk 23,8 (DS) tegenover 23,3 percent (DM). De Concentrakeranten benaderen beiden 30 percent.

Bij de gegevens over 2BE zien we dat de twee populaire kranten het minst berichten over deze zender met respectievelijk 2,2 percent (NB) en 4,5 percent (HLN). De Morgen, De Gazet van Antwerpen en Het Belang van Limburg komen alle drie uit op 7,5 percent, iets meer dan De Standaard met 7,3 percent. Deze cijfers komen ongeveer overeen met het marktaandeel, dat van 2006 tot 2012 geëvolueerd is van 7 percent naar 5 percent. De kwaliteitskranten berichten dus verhoudingsgewijs iets meer, maar dit verschil is niet problematisch.

We kunnen concluderen dat de kranten van De Persgroep iets meer berichten over deze twee zenders dan hun concurrenten, waarbij de grotere verschillen zich vooral voordoen bij VTM. Hier kunnen we in het geval van de populaire kranten, en zeker in het geval van Het Laatste Nieuws, spreken van een flinke overrepresentatie in vergelijking met het marktaandeel. Bovenstaande vaststellingen zijn interessant, maar we mogen niet zo maar aannemen dat de



gevonden verbanden niet op toeval berusten. Daarom hebben we de Chi<sup>2</sup>-toets opgevraagd, een test die gebruikt kan worden om na te gaan of het verband tussen de twee variabelen significant is of niet. Doorheen dit onderzoek zullen we steeds het gebruikelijke significantieniveau 0,05 hanteren. Dit wil zeggen dat we de nulhypothese, die stelt dat de twee variabelen onafhankelijk zijn van elkaar, zullen verwerpen indien de overschrijdingskans (p) lager of gelijk is aan 0,05. We aanvaarden dan de alternatieve hypothese die stelt dat er wel een verband bestaat tussen de twee variabelen, aangezien we met 95 percent zekerheid kunnen aannemen dat de relatie tussen beide niet door toeval veroorzaakt is. Aangezien we zien dat p hier gelijk is aan 0,000; kunnen we deze nulhypothese verwerpen. Met andere woorden, we hebben een statistisch significant verband gevonden tussen de krant waarin een artikel verschijnt en de zenders VTM en Kanaaltwee / 2BE. Op basis van Chi<sup>2</sup> kunnen we echter geen uitspraak doen over de sterkte van dit verband, daarom hebben we ook associatiemaat Cramer's V opgevraagd. Deze test moet als volgt geïnterpreteerd worden: hoe dichter de waarde zich bij 0 bevindt, hoe zwakker het verband. De waarde 1 duidt dan weer op een perfect verband. Cramer's V bedraagt hier 0,108; het verband tussen de twee variabelen is dus erg zwak.

Vervolgens vragen we dezelfde tabel op, maar dit keer beperkt tot de artikels die expliciet over televisie gaan.

<b>Kruistabel Zenders VTM 1 Kanaaltwee/2BE * Krant (Filter = expliciet TV-artikel)</b>									
			Krant						Total
			DS	DM	NB	HLN	GvA	HBvL	
Z – V T M – K / 2 B E	Andere	Count	286	338	327	276	315	320	1862
		% within Krant	72,8%	72,7%	69,4%	56,8%	65,6%	64,3%	66,7%
	VTM	Count	76	90	134	181	124	135	740
		% within Krant	19,3%	19,4%	28,5%	37,2%	25,8%	27,1%	26,5%
	Kanaaltwee / 2BE	Count	31	37	10	29	41	43	191
		% within Krant	7,9%	8,0%	2,1%	6,0%	8,5%	8,6%	6,8%
Total		Count	393	465	471	486	480	498	2793
		% within Krant	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Bekijken we de kolompercentages, dan valt het op dat het relatieve aandeel bij elke krant gedaald is tegenover de eerste tabel. Dit sluit aan bij onze verwachtingen, aangezien het

absolute aantal artikels over VTM gedaald is van 1159 naar 740. Er wordt dus vrij vaak geschreven over deze zender in een andere context dan die van televisieberichtgeving. Vergelijken we de dagbladen onderling, dan zien we dat bij de kwaliteitskranten De Morgen nu De Standaard bijgebeend heeft. Waar het onderlinge verschil eerst +0,5 percent bedroeg voor het Coreliodagblad, vinden we nu een +0,1 percent verschil voor De Morgen. Bij de populaire dagbladen bedroeg het aandeel binnen Het Laatste Nieuws al heel wat meer dan bij Het Nieuwsblad, maar dit verschil is nu nog iets meer toegenomen, van +8,4 percent naar +8,7 percent.

Bekijken we de cijfers voor 2BE dan kunnen we vaststellen dat de onderlinge verhouding tussen zowel de twee kwaliteitskranten als tussen de twee populaire kranten gelijk gebleven is. Net zoals in de eerste tabel zijn het de kranten van De Persgroep die een relatief groter aandeel van hun televisiepublicatie besteden aan berichtgeving over 2BE. Bij de populaire kranten is dit onderlinge verschil toegenomen: waar de verhouding tussen Het Nieuwsblad en Het Laatste Nieuws eerst 2,2 tegenover 4,5 percent bedroeg, zien we nu een verschil dat loopt van 2,1 percent tegenover 6,0 percent. Bij De Standaard en De Morgen is de onderlinge verhouding nagenoeg constant gebleven. We zien overigens dat de relatieve verhoudingen bij alle kranten licht gestegen zijn, behalve bij Het Nieuwsblad waar een daling van 0,1 percent zich voordoet. We lezen ook af dat het absolute aantal in vergelijking met de eerste tabel slechts gedaald is met 33 artikels. Wanneer er over Kanaaltwee / 2BE geschreven wordt, is dit in het merendeel van de gevallen in een televisiecontext.

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	73,175 <sup>a</sup>	10	,000
Likelihood Ratio	78,062	10	,000
Linear-by-Linear Association	12,818	1	,000
N of Valid Cases	2793		
a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 26,88.			

Symmetric Measures			
		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,162	,000
	Cramer's V	,114	,000
N of Valid Cases		2793	
a. Not assuming the null hypothesis.			
b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.			

We zien dat de gevonden verbanden als significant beschouwd mogen worden. Uit de kruistabel konden we afleiden dat het gevonden effect hier nog iets sterker doorkwam dan wanneer we alle artikels opnamen in de analyse. Deze vaststelling blijkt te kloppen, aangezien de waarde van Cramer's V iets toegenomen is tot 0,114. Desalniettemin gaat het nog steeds om een erg lage waarde.

In onderstaande tabel hebben we gebruik gemaakt van een dichotome, zelf geconstrueerde variabele om op die manier twee groepen te creëren: de artikels die geschreven werden vóór de overname van Vitaya door de VMMA en de artikels die na de overname gepubliceerd zijn. De periodes 1 tot en met 6 (2006-2009) krijgen de waarde 0 'voor de overname', de periodes 7 tot en met 9 krijgen de waarde 1 'na de overname'. Aangezien ook de overname van VIER en VIJF tussen 2009 en 2012 plaatsvond, kunnen we deze variabele eveneens gebruiken voor de analyse van deze zenders. We vragen opnieuw een kruistabel op die de verhoudingen tussen zender en kranten weergeeft, dit keer telkens apart per zender om de kans op een geldig resultaat te maximaliseren.

Vitaya

Kruistabel Zender Vitaya * Krant										
Data gehercodeerd voor Vitaya				Krant						Total
				DS	DM	NB	HLN	GvA	HBvL	
Voor de overname	Z_vit	Andere	Count	340	355	408	478	350	381	2312
			% within Krant	98,6%	97,8%	99,3%	97,8%	96,2%	98,4%	98,0%
	Vitaya	Count	5	8	3	11	14	6	47	
		% within Krant	1,4%	2,2%	0,7%	2,2%	3,8%	1,6%	2,0%	
	Total	Count	345	363	411	489	364	387	2359	
		% within Krant	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
Na de overname	Z_vit	Andere	Count	146	222	265	270	269	228	1400
			% within Krant	99,3%	98,7%	100,0%	99,3%	96,1%	95,0%	98,0%
	Vitaya	Count	1	3	0	2	11	12	29	
		% within Krant	0,7%	1,3%	0,0%	0,7%	3,9%	5,0%	2,0%	
	Total	Count	147	225	265	272	280	240	1429	
		% within Krant	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

We zien dat geen van de kranten echt veel ruimte aan Vitaya besteedt, wat enigszins te verwachten is aangezien deze zender slechts een marktaandeel heeft van een 3 à 4 percent. Toch kunnen we een zekere onderrepresentatie waarnemen, die het sterkst tot uiting komt vanaf 2012. Voor de overname is de berichtgeving al erg beperkt, maar na de overname daalt het aandeel dat men aan Vitaya besteedt voor alle kranten, ook die van De Persgroep. Enkel het aandeel van de Concentrakeranten stijgt, zij zijn overigens de enigen die het marktaandeel benaderen. Verder zien we wel dat Het Laatste Nieuws en De Morgen meer over deze zender berichten dan hun tegenhangers van Corelio, zowel voor de overname als na de overname. Bekijken we de rijpercentages, dan zien we een gelijkaardig resultaat. Ook hier zien we dat De Morgen en het Laatste Nieuws meer berichten dan respectievelijk De Standaard en Het Nieuwsblad, maar het is overduidelijk dat – vooral na de overname – het overgrote merendeel van de artikels afkomstig is uit de Concentrakeranten. Wat betreft Vitaya kunnen we dus niet concluderen dat er aanwijzingen zijn dat de kranten van De Persgroep meer berichten over deze zender sinds deze deel uitmaakt van dezelfde mediagroep. Hoewel er niet aan de voorwaarden voldaan is om een Chi<sup>2</sup>-test te mogen uitvoeren, bekijken we deze tabellen toch vluchtig even, aangezien het verwachte aantal lage celfrequenties niet erg veel groter is dan toegelaten. Voor de overname moeten we beide variabelen als onafhankelijk van elkaar

beschouwen, maar na de overname zakt de overschrijdingskans  $p$  tot 0,000. We lezen uit de tweede tabel af dat het hier echter gaat om een zwak verband (Cramer's  $V = 0,133$ ), dat vermoedelijk veroorzaakt wordt door een andere factor dan degene die we veronderstellen in onze onderzoeksvraag.

Chi-Square Tests				
dat_vit Data gehercodeerd voor Vitaya		Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Voor de overname	Pearson Chi-Square	10,918 <sup>a</sup>	5	,053
	Likelihood Ratio	10,702	5	,058
	Linear-by-Linear Association	1,265	1	,261
	N of Valid Cases	2359		
Na de overname	Pearson Chi-Square	25,406 <sup>b</sup>	5	,000
	Likelihood Ratio	27,923	5	,000
	Linear-by-Linear Association	16,092	1	,000
	N of Valid Cases	1429		
a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 6,87.				
b. 3 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,98.				

Symmetric Measures			
dat_vit Data gehercodeerd voor Vitaya		Value	Approx. Sig.
Voor de overname	Nominal by Nominal	Phi	,068
		Cramer's V	,068
	N of Valid Cases		2359
Na de overname	Nominal by Nominal	Phi	,133
		Cramer's V	,133
	N of Valid Cases		1429
a. Not assuming the null hypothesis.			
b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.			

## VIER

Kruistabel Zender VIER * Krant										
			Krant							Total
			DS	DM	NB	HLN	GvA	HBvL		
Voor de overname	Z – V I E R	Andere	Count	321	327	369	429	329	350	2125
			% within Krant	93,0%	90,1%	89,8%	87,7%	90,4%	90,4%	90,1%
	V I E R	VIER	Count	24	36	42	60	35	37	234
			% within Krant	7,0%	9,9%	10,2%	12,3%	9,6%	9,6%	9,9%
	Total		Count	345	363	411	489	364	387	2359
	Total		% within Krant	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Na de overname	Z – V I E R	Andere	Count	134	190	231	246	245	215	1261
			% within Krant	91,2%	84,4%	87,2%	90,4%	87,5%	89,6%	88,2%
	V I E R	VIER	Count	13	35	34	26	35	25	168
			% within Krant	8,8%	15,6%	12,8%	9,6%	12,5%	10,4%	11,8%
	Total		Count	147	225	265	272	280	240	1429
	Total		% within Krant	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Het marktaandeel van VIER heeft de afgelopen zes jaar geschommeld rond de 6 à 7 percent (CIM, 2012; Studiedienst van de Vlaamse Regering, 2011). Toetsen we het aandeel van deze zender in de gehele berichtgeving hieraan, dan zien we dat VIER meestal overgerepresenteerd wordt. Enkel De Standaard benadert het marktaandeel met 7 percent voor de overname en 8,8 percent na de overname. Alle andere cijfers liggen hier een stuk boven, met een maximum van 15,6 percent door De Morgen (na de overname). Verder merken we op dat elke krant, uitgezonderd Het Laatste Nieuws, het relatieve aandeel berichtgeving dat ze besteden aan VIER verhoogt. Dit valt vermoedelijk te verklaren door het feit dat aan de overname van VIER heel wat waarde toegedicht werd, omdat men voorspelde dat dit een grote verschuiving in het medialandschap zou veroorzaken. De stijging van het aandeel berichtgeving bij de Coreliokranten over VIER na de overname, is dus niet uitzonderlijk en zien we eveneens, soms zelfs in sterkere mate, bij de andere kranten.

De resultaten die we af kunnen lezen uit deze tabel, zijn niet eenduidig te interpreteren. Waar we soms een sterke stijging zien die onze veronderstelling zou bevestigen, zien we elders een sterke daling die dan weer het tegendeel doet vermoeden.

Op basis van de gegevens die we verzameld hebben, kunnen we dus niet met zekerheid zeggen dat De Standaard en Het Nieuwsblad meer berichten over VIER sinds deze zender deel uitmaakte van dezelfde mediagroep. We gaan de geldigheid van deze uitspraken opnieuw na aan de hand van een significantietoets.

Chi-Square Tests				
		Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Voor de overname	Pearson Chi-Square	6,548 <sup>a</sup>	5	,257
	Likelihood Ratio	6,714	5	,243
	Linear-by-Linear Association	1,138	1	,286
	N of Valid Cases	2359		
Na de overname	Pearson Chi-Square	6,458 <sup>b</sup>	5	,264
	Likelihood Ratio	6,385	5	,271
	Linear-by-Linear Association	,349	1	,555
	N of Valid Cases	1429		
a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 34,22.				
b. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 17,28.				

Zoals verwacht vinden we zowel voor als na de overname geen significant verband. Vervolgens filteren we de berichtgeving die niet expliciet over televisie gaat eruit en vragen we opnieuw een kruistabel op.

Kruistabel Zender VIER * Krant (Filter = Expliciet TV-Artikel)										
				Krant						Total
				DS	DM	NB	HLN	GvA	HBvL	
Voor de overname	Z	Andere	Count	245	254	231	292	234	260	1516
			% within Krant	93,2%	91,0%	90,6%	86,4%	90,7%	90,3%	90,2%
	V	VIER	Count	18	25	24	46	24	28	165
			% within Krant	6,8%	9,0%	9,4%	13,6%	9,3%	9,7%	9,8%
	Total	Count	263	279	255	338	258	288	1681	
		% within Krant	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
Na de overname	Z	Andere	Count	118	157	183	135	194	186	973
			% within Krant	90,8%	84,4%	84,7%	91,2%	87,4%	88,6%	87,5%
	V	VIER	Count	12	29	33	13	28	24	139
			% within Krant	9,2%	15,6%	15,3%	8,8%	12,6%	11,4%	12,5%
	Total	Count	130	186	216	148	222	210	1112	
		% within Krant	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Voor de overname van VIER daalt het aandeel berichtgeving in elke krant in vergelijking met de vorige tabel, met uitzondering van Het Belang van Limburg. De onderlinge verhoudingen wijzigen echter niet, waardoor de twee kranten van De Persgroep nog steeds een groter aandeel van hun publicaties aan deze zender besteden dan hun concurrenten van Corelio. Na de overname zien we overal (behalve in Het Laatste Nieuws) een stijging van het relatieve aandeel, er wordt dus met andere woorden minder vaak over VIER geschreven in een niet-televisiegerelateerde context na de overname dan voorheen. Bij de kwaliteitskranten blijft de onderlinge verhouding hetzelfde, al groeit het aandeel van De Standaard wel met 0,4 procent naar het aandeel van De Morgen toe. Bij Het Nieuwsblad zien we zelfs een stijging van 2,5 procent, wat er gecombineerd met de daling bij Het Laatste Nieuws voor zorgt dat deze laatste groter aandeel aan VIER besteedt dan haar concurrent. Uit deze gegevens lijkt het er dus op dat er zich toch een zekere beweging voordoet die een positief antwoord op onze onderzoeksvraag suggereert, maar we krijgen opnieuw een te grote p-waarde.



Chi-Square Tests				
		Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Voor de overname	Pearson Chi-Square	8,476 <sup>a</sup>	5	,132
	Likelihood Ratio	8,234	5	,144
	Linear-by-Linear Association	1,765	1	,184
	N of Valid Cases	1681		
Na de overname	Pearson Chi-Square	6,511 <sup>b</sup>	5	,260
	Likelihood Ratio	6,626	5	,250
	Linear-by-Linear Association	,239	1	,625
	N of Valid Cases	1112		
a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 25,03.				
b. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 16,25.				

### VIJF

Kruistabel Zender VIJF * Krant										
				Krant						Total
				DS	DM	NB	HLN	GvA	HBvL	
Voor de overname	Z – V	Andere	Count	340	344	403	479	345	375	2286
			% within Krant	98,6%	94,8%	98,1%	98,0%	94,8%	96,9%	96,9%
	IJ F	VIJF	Count	5	19	8	10	19	12	73
			% within Krant	1,4%	5,2%	1,9%	2,0%	5,2%	3,1%	3,1%
	Total		Count	345	363	411	489	364	387	2359
		% within Krant	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
Na de overname	Z – V	Andere	Count	140	213	261	264	258	217	1353
			% within Krant	95,2%	94,7%	98,5%	97,1%	92,1%	90,4%	94,7%
	IJ F	VIJF	Count	7	12	4	8	22	23	76
			% within Krant	4,8%	5,3%	1,5%	2,9%	7,9%	9,6%	5,3%
	Total		Count	147	225	265	272	280	240	1429
		% within Krant	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Wat betreft de zender VIJF zien we dat de berichtgeving niet opvallend hard afwijkt van het marktaandeel, dat een 3 à 4 percent bedraagt (CIM, 2012; Studiedienst van de Vlaamse Regering, 2011). Het valt op dat De Standaard, die in 2006 en 2009 slechts 1,4 percent van haar berichtgeving wijdde aan VIJFtv, dit na de overname optrekt tot 4,8 percent. Het aandeel in Het Nieuwsblad daalt echter wel met 0,4 percent, terwijl concurrent Het Laatste Nieuws het aandeel opdrijft van 2 naar 2,9 percent. Gelijkaardig aan de tendensen die we vonden in de berichtgeving over Vitaya, zien we dat de Concentradagbladen van alle kranten het grootste aandeel aan VIJF besteden, namelijk 7,9 en 9,6 percent.

Opnieuw zien we dus geen eenduidig verband, waarbij het opvalt dat de Gazet van Antwerpen en Het Belang van Limburg veruit het meeste (relatieve) publicatieruimte besteden aan deze zender, hoewel deze niet tot de mediaportefeuille van Concentra behoort.

Chi-Square Tests				
		Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Voor de overname	Pearson Chi-Square	17,741 <sup>a</sup>	5	,003
	Likelihood Ratio	17,149	5	,004
	Linear-by-Linear Association	1,016	1	,313
	N of Valid Cases	2359		
Na de overname	Pearson Chi-Square	23,031 <sup>b</sup>	5	,000
	Likelihood Ratio	24,452	5	,000
	Linear-by-Linear Association	8,802	1	,003
	N of Valid Cases	1429		
a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 10,68.				
b. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 7,82.				

Symmetric Measures			
Data gehercodeerd voor Vitaya		Value	Approx. Sig.
Voor de overname	Nominal by Nominal	Phi	,087
		Cramer's V	,087
	N of Valid Cases		2359
Na de overname	Nominal by Nominal	Phi	,127
		Cramer's V	,127
	N of Valid Cases		1429
a. Not assuming the null hypothesis.			
b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.			

We zien dat zowel voor als na de overname er een statistisch significant verband gevonden wordt ( $p = 0,003$  en  $p = 0,000$ ). Dit is in beide gevallen erg zwak, al zien we dat de kracht van het verband toeneemt na de overname (0,087 tegenover 0,127). Het lijkt er echter op dat dit verband eerder te verklaren valt door het grote aandeel berichtgeving door de Concentrakeranten, dan dat dit zou komen door een verband tussen de kranten van De Persgroep.

Om een uitspraak te kunnen doen over Acht hebben we de data gefilterd. We hebben enkel de artikels opgenomen vanaf het ontstaan van de zender, dus vanaf periode 5 (15-06-2009 – 21-06-2009). In periode 4 is er wel gezocht naar artikels waarin deze zender zou kunnen voorkomen, aangezien het mogelijk is dat er toen al over geschreven werd, maar dit bleek niet zo te zijn.

Kruistabel Zender Acht * Krant									
			Krant						Total
			DS	DM	NB	HLN	GvA	HBvL	
Z _ A c h t	Andere	Count	225	260	389	378	376	339	1967
		% within Z_Acht	11,4%	13,2%	19,8%	19,2%	19,1%	17,2%	100,0%
		% within Krant	96,6%	97,7%	100,0%	99,7%	97,2%	98,0%	98,4%
c h t	Acht	Count	8	6	0	1	11	7	33
		% within Z_Acht	24,2%	18,2%	0,0%	3,0%	33,3%	21,2%	100,0%
		% within Krant	3,4%	2,3%	0,0%	0,3%	2,8%	2,0%	1,7%
Total		Count	233	266	389	379	387	346	2000
		% within Z_Acht	11,6%	13,3%	19,4%	19,0%	19,4%	17,3%	100,0%
		% within Krant	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Bij het bekijken van deze tabel, valt het meteen op dat de populaire kranten erg weinig, zelfs in vergelijking met het reeds kleine aantal artikels in totaal, tot helemaal niet schrijven over deze zender. Het Laatste Nieuws publiceerde één artikel, goed voor 0,3 percent van hun gehele televisieberichtgeving sinds het ontstaan van Acht, bij Het Nieuwsblad hebben we zelfs geen enkel artikel aangetroffen. De Standaard besteedt het grootste aandeel aan de berichtgeving hierover, namelijk 3,4 percent. Over het marktaandeel van Acht weten we enkel dat dit een halve percent bedroeg in 2012 (CIM, 2012). Over de voorgaande jaren zijn geen nadere gegevens bekend. Kijken we naar de verdeling van het totaal aantal vermeldingen in de verschillende kranten, dan zien we dat de Gazet van Antwerpen het hoogst scoort met 33

percent. Het Belang van Limburg volgt op de derde plek met 21,2 percent en moet De Standaard nog laten voorgaan. Tellen we echter de aantallen op per mediagroep, dan wordt het duidelijk dat Concentra meer dan de helft van de artikels gepubliceerd heeft. Van de 33 artikels hebben we er 18 (53,3 percent) teruggevonden in Het Belang van Limburg of De Gazet van Antwerpen, 8 (24,4 percent) in de kranten van Corelio en 7 in de dagbladen van De Persgroep (21,2 percent). We kunnen dus stellen dat het er in het geval van Acht op basis van deze gegevens wel degelijk op lijkt dat er sprake is van crosspromotie. In de tabellen hieronder kunnen we zien dat er sprake is van een significant verband ( $p = 0,001$ ) dat erg zwak is (Cramer's  $V = 0,100$ ).

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	19,869 <sup>a</sup>	5	,001
Likelihood Ratio	26,957	5	,000
Linear-by-Linear Association	,051	1	,821
N of Valid Cases	2000		
a. 2 cells (16,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3,84.			

Symmetric Measures			
		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,100	,001
	Cramer's V	,100	,001
N of Valid Cases		2000	
a. Not assuming the null hypothesis.			
b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.			

Tot slot kunnen we ook nagaan hoe vaak er over Woestijnvisproducties geschreven wordt in de verschillende kranten, aangezien Corelio één derde van de aandelen van dit productiehuis bezit. Hiervoor vragen we opnieuw een kruistabel op, maar we vervangen de variabele 'zend' door 'wstnvis'. We filteren ook alle missings eruit, aangezien dit in het geval van deze variabele duidt op het 'niet van toepassing' zijn ervan, omdat de actor geen programma is.

Kruistabel Woestijnvis * Krant									
			Krant					Total	
			DS	DM	NB	HLN	GvA		HBvL
Wstnvis	Nee	Count	361	410	485	559	497	505	2817
		% within Wstnvis	12,8%	14,6%	17,2%	19,8%	17,6%	17,9%	100,0%
		% within Krant	90,5%	89,3%	88,5%	93,0%	93,1%	93,9%	91,5%
	Ja	Count	38	49	63	42	37	33	262
		% within Wstnvis	14,5%	18,7%	24,0%	16,0%	14,1%	12,6%	100,0%
		% within Krant	9,5%	10,7%	11,5%	7,0%	6,9%	6,1%	8,5%
Total	Count	399	459	548	601	534	538	3079	
	% within Wstnvis	13,0%	14,9%	17,8%	19,5%	17,3%	17,5%	100,0%	
	% within Krant	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Bekijken we de kolompercentages, dan zien we dat Het Nieuwsblad het grootste aandeel van haar publicaties over televisie – in vergelijking met de andere kranten - wijdt aan Woestijnvis-programma's. In 11,5 percent van de gevallen gaat het om een dergelijk programma, meer dan bij Het Laatste Nieuws (7 percent). Vergelijken we de kwaliteitskranten, dan zien we dat De Morgen net iets vaker een dergelijk programma vernoemt dan De Standaard met 10,7 tegenover 9,5 percent. De rijpercentages geven eenzelfde volgorde weer, hetzij met grotere onderlinge verschillen. Het Nieuwsblad publiceert het grootste aandeel van alle vermeldingen van Woestijnvisproducties, bijna de helft meer dan Het Laatste Nieuws (16 percent). Tussen De Morgen en De Standaard bedraagt het verschil 18,7 tegenover 14,5 percent. Tellen we deze percentages op per mediagroep, dan bekomen we volgende verdeling: 38,5 percent van de artikelen over woestijnvisproducties worden gepubliceerd in een dagblad van Corelio; 34,7 percent in een dagblad van De Persgroep en 26,6 percent in een van de dagelijkse publicaties van Concentra. Deze verschillen zijn niet bijzonder groot, maar toch zien we dat het verband tussen beide als significant beschouwd mag worden. De sterkte van het verband is echter maar zeer zwak, namelijk 0,074.

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	16,973 <sup>a</sup>	5	,005
Likelihood Ratio	16,795	5	,005
Linear-by-Linear Association	10,503	1	,001
N of Valid Cases	3079		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 33,95.

Symmetric Measures			
		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,074	,005
	Cramer's V	,074	,005
N of Valid Cases		3079	

a. Not assuming the null hypothesis.  
b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Opnieuw schakelen we de filter in.

Kruistabel Woestijnvis * krant (Filter = Expliciet TV-Artikel)									
			Krant					Total	
			DS	DM	NB	HLN	GvA		HBvL
Wstnvis	Nee	Count	298	326	345	388	391	419	2167
		% within Wstnvis	13,8%	15,0%	15,9%	17,9%	18,0%	19,3%	100,0%
		% within Krant	89,8%	88,8%	86,5%	92,6%	93,8%	94,8%	91,2%
	Ja	Count	34	41	54	31	26	23	209
		% within Wstnvis	16,3%	19,6%	25,8%	14,8%	12,4%	11,0%	100,0%
		% within Krant	10,2%	11,2%	13,5%	7,4%	6,2%	5,2%	8,8%
Total	Count	332	367	399	419	417	442	2376	
	% within Wstnvis	14,0%	15,4%	16,8%	17,6%	17,6%	18,6%	100,0%	
	% within Krant	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Voor alle dagbladen behalve die van Concentra neemt het relatieve aantal vermeldingen toe. De onderlinge verhoudingen blijven wel hetzelfde: het populair dagblad van Corelio besteedt relatief meer publicatieruimte aan Woestijnvisproducties dan haar concurrent van De Persgroep, maar bij de kwaliteitskranten scoort De Morgen iets meer. De kloof tussen beide verkleint echter van 1,2 naar 1 percent, terwijl die tussen Het Nieuwsblad en Het Laatste

Nieuws nog meer toeneemt. We zouden dus logischerwijze kunnen verwachten dat de sterkte van het verband toeneemt. Dit zien we bevestigd in de waarde van Cramer's V die van 0,074 naar 0,104 toegenomen is.

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	26,149 <sup>a</sup>	5	,000
Likelihood Ratio	26,011	5	,000
Linear-by-Linear Association	16,019	1	,000
N of Valid Cases	2376		
a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 29,20.			

Symmetric Measures			
		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,105	,000
	Cramer's V	,105	,000
N of Valid Cases		2376	
a. Not assuming the null hypothesis.			
b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.			

#### 4.1.2 Tweede benadering

We weten nu iets meer over het aantal artikels dat elke krant schrijft over de geanalyseerde zenders, maar we kunnen onze eerste onderzoeksvraag ook nog op een andere manier interpreteren, namelijk: hoeveel ruimte besteedt men gemiddeld aan de representatie van een bepaalde zender? We hebben dit niet exact gemeten, maar we beschikken wel over het aantal woorden per artikel. Om toch een idee te krijgen van hoeveel woorden er gemiddeld besteed worden aan een bepaalde zender, delen we dit totaal aantal woorden door het aantal actoren in het artikel. Hiertoe construeren we een nieuwe variabele, namelijk lengte2. Vervolgens vragen we een meervoudige variantie-analyse op. Eerst gaan we echter na of deze variabele normaal verdeeld is. Dit is een van de voorwaarden, hoewel De Vocht (2010) in zijn werk aangeeft dat bij een voldoende grote steekproef afwijkingen van deze voorwaarde een te verwaarlozen effect heeft op het resultaat.

Tests of Normality						
	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Aantal woorden per actor	,246	3789	,000	,571	3789	,000
a. Lilliefors Significance Correction						

Deze testen veronderstellen dat de variabelen normaal verdeeld zijn. Aangezien beide een significantie van 0,000 aangeven, verwerpen we de nulhypothese en blijkt dat lengte2 niet normaal verdeeld is. We voeren de variantie-analyse alsnog uit en vragen eveneens de Levene's test for equality of variances op, aangezien dit een andere voorwaarde is waaraan idealiter voldaan moet worden.

Levene's Test of Equality of Error Variances <sup>a</sup>			
Dependent Variable: Aantal woorden per actor			
F	df1	df2	Sig.
2,654	57	3730	,000
Tests the null hypothesis that the error variance of the dependent variable is equal across groups.			
a. Design: Intercept + Zend + Krant + Zend * Krant			

We veronderstellen dat de populatiegemiddelden aan elkaar gelijk zijn. De toets is significant, dus we verwerpen de nulhypothese en concluderen dat de varianties niet aan elkaar gelijk zijn. Ook hierbij geeft de auteur echter aan dat afwijkingen van deze vereisten meestal niet problematisch zijn bij grote steekproeven (De Vocht, 2010). We zullen de test dus alsnog uitvoeren, maar met de nodige voorzichtigheid bij het trekken van conclusies.



Tests of Between-Subjects Effects					
Dependent Variable: Aantal woorden per actor					
Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	7275153,716 <sup>a</sup>	57	127634,276	1,447	,016
Intercept	18414886,688	1	18414886,688	208,723	,000
Zend	1976656,076	9	219628,453	2,489	,008
Krant	701635,744	5	140327,149	1,591	,159
Zend * Krant	3354978,889	43	78022,765	,884	,686
Error	329084441,355	3730	88226,392		
Total	504760539,817	3788			
Corrected Total	336359595,071	3787			

a. R Squared = ,022 (Adjusted R Squared = ,007)

Uit de tabel blijkt dat het gecombineerde effect van krant en zender geen significant effect heeft op de lengte van de artikels. Ook blijkt dat er geen significant verschil bestaat tussen de gemiddelde lengte van een artikel in de verschillende kranten. Wel zien we dat bij de variabele zender we een significantiewaarde van 0,008 krijgen. Dat deze test significant is, wil niet noodzakelijk zeggen dat dit geldt voor alle zenders. Daarom vragen we ook de Bonferroni test op.

Uit deze test, die omwille van de grootte van de tabel in bijlage 4 te vinden is, blijkt dat enkel de artikels over VIJFtv gemiddeld significant verschillen in lengte tegenover de artikels over VTM.

## ***TWEEDE ONDERZOEKSVRAAG***

### **4.1.3 Eerste benadering**

Vervolgens gaan we over tot het beantwoorden van de tweede onderzoeksvraag, namelijk ‘wordt er over televisiezenders significant positiever geschreven door dagbladen die in handen zijn van dezelfde eigenaar dan door andere dagbladen?’ Dit aspect is eveneens belangrijk, want wanneer een dagblad meer schrijft over een bepaalde zender maar wel voornamelijk negatief, kan dit moeilijk crosspromotie genoemd worden. Aan de hand van een zeven-puntenschaal hebben we een waardeoordeel gegeven aan de toon van de artikels ten aanzien van de vernoemde actoren. Omdat er echter slechts weinig artikels zijn die zich ‘erg positief’ of ‘erg negatief’ uitlaten ten aanzien van een bepaalde actor, vinden we heel wat cellen met lage waarden. Daarom hercoderen we deze variabele tot een drie-waardenschaal. ‘Erg positief’, ‘positief’ en ‘eerder positief’ worden samengenomen onder de nieuwe code ‘positief’, hetzelfde doen we voor ‘eerder negatief’, ‘negatief’ en ‘erg negatief’. Het zou meer informatie opleveren indien we met een vijf-waardenschaal hadden kunnen werken, maar dit bleek nog steeds te veel lage celwaarden te geven.

VTM & 2BE

Kruistabel Toon * Krant * Zender VTM K2										
Z_VTM_K2			Krant							Total
			DS	DM	NB	HLN	GvA	HBvL		
Andere zenders	T o	Negatief	Count	19	13	13	20	18	13	96
			% within Krant	5,6%	3,2%	2,9%	4,8%	4,4%	3,3%	4,0%
	o	Neutraal	Count	113	147	149	166	141	112	828
			% within Krant	33,3%	36,1%	33,8%	39,9%	34,6%	28,4%	34,4%
	- 3	Positief	Count	207	247	279	230	249	269	1481
			% within Krant	61,1%	60,7%	63,3%	55,3%	61,0%	68,3%	61,6%
	Total		Count	339	407	441	416	408	394	2405
			% within Krant	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0 %	100,0%
VTM	T o	Negatief	Count	11	14	7	21	20	12	85
			% within Krant	9,4%	10,2%	3,2%	6,8%	10,6%	6,5%	7,3%
	o	Neutraal	Count	57	78	115	147	82	85	564
			% within Krant	48,7%	56,9%	52,3%	47,3%	43,6%	45,7%	48,7%
	- 3	Positief	Count	49	45	98	143	86	89	510
			% within Krant	41,9%	32,8%	44,5%	46,0%	45,7%	47,8%	44,0%
	Total		Count	117	137	220	311	188	186	1159
			% within Krant	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0 %	100,0%
Kanaal twee / 2BE	T o	Negatief	Count	1	3	1	5	3	3	16
			% within Krant	2,8%	6,8%	6,7%	14,7%	6,2%	6,4%	7,1%
	o	Neutraal	Count	10	14	8	8	7	8	55
			% within Krant	27,8%	31,8%	53,3%	23,5%	14,6%	17,0%	24,6%
	- 3	Positief	Count	25	27	6	21	38	36	153
			% within Krant	69,4%	61,4%	40,0%	61,8%	79,2%	76,6%	68,3%
	Total		Count	36	44	15	34	48	47	224
			% within Krant	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0 %	100,0%

Total	T o	Negatief	Count	31	30	21	46	41	28	197
			% within Krant	6,3%	5,1%	3,1%	6,0%	6,4%	4,5%	5,2%
	o n	Neutraal	Count	180	239	272	321	230	205	1447
			% within Krant	36,6%	40,6%	40,2%	42,2%	35,7%	32,7%	38,2%
	- 3	Positief	Count	281	319	383	394	373	394	2144
			% within Krant	57,1%	54,3%	56,7%	51,8%	57,9%	62,8%	56,6%
	Total	Total	Count	492	588	676	761	644	627	3788
			% within Krant	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

We beginnen bij VTM. Zoals verwacht is het aandeel ‘neutrale’ artikels het hoogst, dat varieert rond 50 procent. Kijken we naar het aantal positieve vermeldingen dan blijkt dat bij Het Laatste Nieuws in 46 procent van de gevallen zo te zijn, iets minder dan bij de Het Belang van Limburg (47,8 procent), maar wel een beetje meer dan bij concurrent Het Nieuwsblad (44,5 procent). Opvallend is het relatief lage aandeel binnen De Morgen: 32,8 procent tegenover 41,9 procent in De Standaard. Bekijken we het aandeel negatieve artikels, dan zien we dat Het Laatste Nieuws er zo meer publiceert dan Het Nieuwsblad (6,8 tegenover 3,2 procent) en dat De Morgen er ook net iets meer schrijft dan De Standaard (9,4 tegenover 10,2 procent).

Beschouwen we de percentages van Kanaaltwee / 2BE, dan kunnen we vaststellen dat De Standaard relatief minder negatieve artikels publiceert dan De Morgen, namelijk 2,8 procent tegenover 6,8 procent, evenals meer positieve artikels (69,4 tegenover 61,4 procent). Bij de populaire kranten zien we een tegenovergestelde beweging. Het Laatste Nieuws publiceert veel meer negatieve artikels (14,7 procent tegenover 6,7 procent bij Het Nieuwsblad), maar ook veel meer positieve artikels (61,8 tegenover 40 procent bij Het Nieuwsblad). Voor VTM mogen we concluderen dat er een statistisch significant verband is, voor Kanaaltwee / 2BE niet. Dit verband bedraagt echter slechts 0,092 en is dus te verwaarlozen.

Chi-Square Tests				
Z_VTM_K2		Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Andere	Pearson Chi-Square	19,497 <sup>b</sup>	10	,034
	Likelihood Ratio	19,475	10	,035
	Linear-by-Linear Association	1,947	1	,163
	N of Valid Cases	2405		
VTM	Pearson Chi-Square	19,549 <sup>c</sup>	10	,034
	Likelihood Ratio	20,680	10	,023
	Linear-by-Linear Association	3,250	1	,071
	N of Valid Cases	1159		
Kanaaltwee / 2BE	Pearson Chi-Square	16,579 <sup>d</sup>	10	,084
	Likelihood Ratio	15,599	10	,112
	Linear-by-Linear Association	1,188	1	,276
	N of Valid Cases	224		
Total	Pearson Chi-Square	29,635 <sup>a</sup>	10	,001
	Likelihood Ratio	30,499	10	,001
	Linear-by-Linear Association	3,335	1	,068
	N of Valid Cases	3788		
<p>a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 25,59.</p> <p>b. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 13,53.</p> <p>c. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 8,58.</p> <p>d. 7 cells (38,9%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,07.</p>				

Symmetric Measures				
Z_VTM_K2			Value	Approx. Sig.
Andere	Nominal by Nominal	Phi	,090	,034
		Cramer's V	,064	,034
	N of Valid Cases		2405	
VTM	Nominal by Nominal	Phi	,130	,034
		Cramer's V	,092	,034
	N of Valid Cases		1159	
Kanaaltwee / 2BE	Nominal by Nominal	Phi	,272	,084
		Cramer's V	,192	,084
	N of Valid Cases		224	
Total	Nominal by Nominal	Phi	,088	,001
		Cramer's V	,063	,001
	N of Valid Cases		3788	
<p>a. Not assuming the null hypothesis.</p> <p>b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.</p>				

Voor VTM voeren we nogmaals de analyse uit, die keer gefilterd op de artikels die expliciet over televisie gaan.

Kruistabel Toon * Krant * Zenders VTM & Kanaaltwee/2BE											
Z_VTM_K2			Krant						Total		
			DS	DM	NB	HLN	GvA	HBvL			
Andere	T o	Negatief	Count	16	10	10	17	12	8	73	
			% within Krant	5,6%	3,0%	3,1%	6,2%	3,8%	2,5%	3,9%	
	o	Neutraal	Count	80	103	92	83	95	76	529	
			% within Krant	28,0%	30,5%	28,1%	30,1%	30,2%	23,8%	28,4%	
	3	Positief	Count	190	225	225	176	208	236	1260	
			% within Krant	66,4%	66,6%	68,8%	63,8%	66,0%	73,8%	67,7%	
	Total		Count	286	338	327	276	315	320	1862	
			% within Krant	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	VTM	T o	Negatief	Count	7	12	5	16	13	10	63
				% within Krant	9,2%	13,3%	3,7%	8,8%	10,5%	7,4%	8,5%
o		Neutraal	Count	26	40	45	43	41	44	239	
			% within Krant	34,2%	44,4%	33,6%	23,8%	33,1%	32,6%	32,3%	
3		Positief	Count	43	38	84	122	70	81	438	
			% within Krant	56,6%	42,2%	62,7%	67,4%	56,5%	60,0%	59,2%	
Total		Count	76	90	134	181	124	135	740		
		% within Krant	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%		
Kanaalt wee / 2BE		T o	Negatief	Count	1	3	1	5	1	1	12
				% within Krant	3,2%	8,1%	10,0%	17,2%	2,4%	2,3%	6,3%
	o	Neutraal	Count	8	9	5	5	4	6	37	
			% within Krant	25,8%	24,3%	50,0%	17,2%	9,8%	14,0%	19,4%	
	3	Positief	Count	22	25	4	19	36	36	142	
			% within Krant	71,0%	67,6%	40,0%	65,5%	87,8%	83,7%	74,3%	
	Total		Count	31	37	10	29	41	43	191	
			% within Krant	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Total	T o	Negatief	Count	24	25	16	38	26	19	148
			% within Krant	6,1%	5,4%	3,4%	7,8%	5,4%	3,8%	5,3%
	o n	Neutraal	Count	114	152	142	131	140	126	805
			% within Krant	29,0%	32,7%	30,1%	27,0%	29,2%	25,3%	28,8%
	3	Positief	Count	255	288	313	317	314	353	1840
			% within Krant	64,9%	61,9%	66,5%	65,2%	65,4%	70,9%	65,9%
	Total	Total	Count	393	465	471	486	480	498	2793
			% within Krant	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Wat betreft de negatieve berichtgeving over VTM, zien we dat alle percentages toenemen, behalve bij de Concentrkranten. Er wordt dus relatief meer negatief geschreven over VTM wanneer het puur om televisie gaat, dan in andere gevallen. Bij de kwaliteitskranten en de populaire kranten onderling, zien we dat dezelfde verhoudingen blijven: zowel De Morgen als Het Laatste Nieuws publiceren meer negatieve artikels over de zender van de eigen mediagroep, dan de Coreliokranten. Beschouwen we de positieve berichtgeving, dan zien we dat ook dat aandeel toeneemt, dit keer bij alle kranten. Het aandeel bij De Standaard groeit sterker dan bij De Morgen waardoor dit eerste dagblad nu, relatief beschouwd per dagblad, zo'n 14 percent meer positieve artikels schrijft dan haar concurrent. Bij de populaire kranten zien we wel dat Het Laatste Nieuws het beter doet en zelfs nog iets meer uitloopt op het Nieuwsblad.

Voor Kanaaltwee / 2BE geldt eenzelfde verdeling: relatief meer negatieve artikels bij De Morgen en Het Laatste Nieuws, meer positieve artikels in De Standaard dan in De Morgen, maar wel meer positieve artikels in Het Laatste Nieuws dan bij haar concurrent. Hier valt wel weer het hoge aantal positieve artikels op bij de Concentrkranten. Bekijken we de Chi<sup>2</sup>-test (voor VTM), dan vinden we een significant resultaat. De waarde van Cramer's V is licht toegenomen, maar blijft nog steeds erg laag.

Chi-Square Tests				
Z_VTM_K2		Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Andere	Pearson Chi-Square	14,918 <sup>b</sup>	10	,135
	Likelihood Ratio	14,606	10	,147
	Linear-by-Linear Association	2,338	1	,126
	N of Valid Cases	1862		
VTM	Pearson Chi-Square	22,238 <sup>c</sup>	10	,014
	Likelihood Ratio	23,188	10	,010
	Linear-by-Linear Association	1,606	1	,205

	N of Valid Cases	740		
Kanaaltwee / 2BE	Pearson Chi-Square	20,781 <sup>d</sup>	10	,023
	Likelihood Ratio	18,865	10	,042
	Linear-by-Linear Association	3,838	1	,050
	N of Valid Cases	191		
Total	Pearson Chi-Square	20,184 <sup>a</sup>	10	,028
	Likelihood Ratio	20,086	10	,028
	Linear-by-Linear Association	4,343	1	,037
	N of Valid Cases	2793		
a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 20,82.				
b. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 10,82.				
c. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 6,47.				
d. 7 cells (38,9%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,63.				

Symmetric Measures				
Z_VTM_K2			Value	Approx. Sig.
Andere	Nominal by Nominal	Phi	,090	,135
		Cramer's V	,063	,135
	N of Valid Cases		1862	
VTM	Nominal by Nominal	Phi	,173	,014
		Cramer's V	,123	,014
	N of Valid Cases		740	
Kanaaltwee / 2BE	Nominal by Nominal	Phi	,330	,023
		Cramer's V	,233	,023
	N of Valid Cases		191	
Total	Nominal by Nominal	Phi	,085	,028
		Cramer's V	,060	,028
	N of Valid Cases		2793	
a. Not assuming the null hypothesis.				
b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.				



VITAYA

Kruistabel Toon * Krant * Zender Vitaya – Voor de overname										
			Krant waarin het artikel verschenen is						Total	
			DS	DM	NB	HLN	GvA	HBvL		
Ander e — 3	T o n	Negatief	Count	23	12	8	23	26	23	115
			% within Krant	6,8%	3,4%	2,0%	4,8%	7,4%	6,0%	5,0%
	o n	Neutraal	Count	125	115	178	197	156	163	934
			% within Krant	36,8%	32,4%	43,6%	41,2%	44,6%	42,8%	40,4%
	— 3	Positief	Count	192	228	222	258	168	195	1263
			% within Krant	56,5%	64,2%	54,4%	54,0%	48,0%	51,2%	54,6%
	Total		Count	340	355	408	478	350	381	2312
			% within Krant	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Vitaya — 3	T o n	Neutraal	Count	2	3	3	5	5	2	20
			% within Krant	40,0%	37,5%	100,0%	45,5%	35,7%	33,3%	42,6%
	— 3	Positief	Count	3	5	0	6	9	4	27
			% within Krant	60,0%	62,5%	0,0%	54,5%	64,3%	66,7%	57,4%
	Total		Count	5	8	3	11	14	6	47
			% within Krant	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Total — 3	T o n	Negatief	Count	23	12	8	23	26	23	115
			% within Krant	6,7%	3,3%	1,9%	4,7%	7,1%	5,9%	4,9%
	o n	Neutraal	Count	127	118	181	202	161	165	954
			% within Krant	36,8%	32,5%	44,0%	41,3%	44,2%	42,6%	40,4%
	— 3	Positief	Count	195	233	222	264	177	199	1290
			% within Krant	56,5%	64,2%	54,0%	54,0%	48,6%	51,4%	54,7%
	Total		Count	345	363	411	489	364	387	2359
			% within Krant	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Kruistabel Toon * Krant * Zender Vitaya – Na de overname										
			Krant waarin het artikel verschenen is							
			DS	DM	NB	HLN	GvA	HBvL		
Andere	T o	Negatief	Count	8	17	13	23	15	5	81
			% within Krant K	5,5%	7,7%	4,9%	8,5%	5,6%	2,2%	5,8%
	o n	Neutraal	Count	53	119	91	118	67	39	487
			% within Krant	36,3%	53,6%	34,3%	43,7%	24,9%	17,1%	34,8%
	3	Positief	Count	85	86	161	129	187	184	832
			% within Krant	58,2%	38,7%	60,8%	47,8%	69,5%	80,7%	59,4%
	Total		Count	146	222	265	270	269	228	1400
			% within Krant	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Vitaya	T o	Negatief	Count	0	1		0	0	0	1
			% within Krant	0,0%	33,3%		0,0%	0,0%	0,0%	3,4%
	o n	Neutraal	Count	0	2		1	2	1	6
			% within Krant	0,0%	66,7%		50,0%	18,2%	8,3%	20,7%
	3	Positief	Count	1	0		1	9	11	22
			% within Krant	100,0%	0,0%		50,0%	81,8%	91,7%	75,9%
	Total		Count	1	3		2	11	12	29
			% within Krant	100,0%	100,0%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Total	T o	Negatief	Count	8	18	13	23	15	5	82
			% within Krant	5,4%	8,0%	4,9%	8,5%	5,4%	2,1%	5,7%
	o n	Neutraal	Count	53	121	91	119	69	40	493
			% within Krant	36,1%	53,8%	34,3%	43,8%	24,6%	16,7%	34,5%
	3	Positief	Count	86	86	161	130	196	195	854
			% within Krant	58,5%	38,2%	60,8%	47,8%	70,0%	81,2%	59,8%
	Total		Count	147	225	265	272	280	240	1429
			% within Krant	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Omwille van het beperkt aantal artikels, moeten we er ons bewust van zijn dat de percentages erg uit elkaar kunnen lopen en dat we moeten uitkijken met veralgemening. Zoals we uit de tabel bij de eerste onderzoeksvraag al konden aflezen, zien we dat de berichtgeving over Vitaya afneemt na de overname. Voor de overname zien we dat De Morgen iets meer positief bericht over Vitaya dan De Standaard. Bij de populaire kranten is het verschil groter, aangezien Het Nieuwsblad geen enkel positief artikel over Vitaya geschreven heeft. Dit geeft de verhouding 0 percent tegenover 54,5 percent, oftewel 0 vermeldingen tegenover 6. Negatieve vermeldingen hebben we niet gevonden. Vanaf 2012 daarentegen zien we dat De

Morgen juist geen enkel positief artikel meer gepubliceerd heeft en daarnaast ook als enige dagblad negatief berichtte over Vitaya. De Cocentrakranten berichten zoals eerder bleek niet alleen het meest over deze zender, maar hun berichtgeving is ook overwegend positief.

Er is niet voldaan aan de voorwaarden om een Chi<sup>2</sup>-test te mogen gebruiken, maar op basis van bovenstaande tabel vermoeden we geen verband dat onze onderzoeksvraag zou bevestigen.

Chi-Square Tests					
		Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	
Voor de overname	Andere	Pearson Chi-Square	36,380 <sup>b</sup>	10	,000
		Likelihood Ratio	38,191	10	,000
		Linear-by-Linear Association	11,257	1	,001
		N of Valid Cases	2312		
	Vitaya	Pearson Chi-Square	4,661 <sup>c</sup>	5	,459
		Likelihood Ratio	5,749	5	,331
		Linear-by-Linear Association	,231	1	,631
		N of Valid Cases	47		
	Total	Pearson Chi-Square	35,527 <sup>a</sup>	10	,000
		Likelihood Ratio	37,284	10	,000
		Linear-by-Linear Association	10,611	1	,001
		N of Valid Cases	2359		
Na de overname	Andere	Pearson Chi-Square	111,476 <sup>e</sup>	10	,000
		Likelihood Ratio	115,125	10	,000
		Linear-by-Linear Association	44,631	1	,000
		N of Valid Cases	1400		
	Vitaya	Pearson Chi-Square	16,664 <sup>f</sup>	8	,034
		Likelihood Ratio	13,889	8	,085
		Linear-by-Linear Association	7,911	1	,005
		N of Valid Cases	29		
	Total	Pearson Chi-Square	120,128 <sup>d</sup>	10	,000
		Likelihood Ratio	124,274	10	,000
		Linear-by-Linear Association	50,206	1	,000
		N of Valid Cases	1429		
<p>a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 16,82.</p> <p>b. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 16,91.</p> <p>c. 9 cells (75,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,28.</p> <p>d. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 8,44.</p> <p>e. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 8,45.</p> <p>f. 13 cells (86,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,03.</p>					

## VIER

Voor de overname stellen we vast dat De Standaard meer negatieve en minder positieve artikels schrijft over VIER dan De Morgen. Binnen deze laatste krant hebben we zelfs geen enkel negatief artikel teruggevonden. Bij de kwaliteitskranten treffen we eveneens erg weinig negatieve berichtgeving aan, maar ook net iets meer bij het Coreliodagblad dan bij Het Laatste Nieuws (4,8 percent tegenover 1,7 percent). Na de overname daarentegen zien we dat zowel Het Nieuwsblad als De Standaard relatief meer positieve artikels publiceren dan hun tegenhangers van De Persgroep. Wat betreft de negatieve artikels schrijven ze er beiden wel nog net iets meer dan Het Laatste Nieuws en De Morgen.

Kruistabel Toon * Krant * Zender VIER – Voor de overname											
				Krant waarin het artikel verschenen is						Total	
				DS	DM	NB	HLN	GvA	HBvL		
Andere	T o o n – 3	Negatief	Count	17	12	6	22	22	20	99	
			% within Krant	5,3%	3,7%	1,6%	5,1%	6,7%	5,7%	4,7%	
		Neutraal	Count	118	103	163	171	141	149	845	
			% within Krant	36,8%	31,5%	44,2%	39,9%	42,9%	42,6%	39,8%	
		Positief	Count	186	212	200	236	166	181	1181	
			% within Krant	57,9%	64,8%	54,2%	55,0%	50,5%	51,7%	55,6%	
	Total	Count	321	327	369	429	329	350	2125		
		% within Krant	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%		
	VIER	T o o n – 3	Negatief	Count	6	0	2	1	4	3	16
				% within Krant	25,0%	0,0%	4,8%	1,7%	11,4%	8,1%	6,8%
Neutraal			Count	9	15	18	31	20	16	109	
			% within Krant	37,5%	41,7%	42,9%	51,7%	57,1%	43,2%	46,6%	
Positief			Count	9	21	22	28	11	18	109	
			% within Krant	37,5%	58,3%	52,4%	46,7%	31,4%	48,6%	46,6%	
Total		Count	24	36	42	60	35	37	234		
		% within Krant	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%		
Total		T o o n – 3	Negatief	Count	23	12	8	23	26	23	115
				% within Krant	6,7%	3,3%	1,9%	4,7%	7,1%	5,9%	4,9%
	Neutraal		Count	127	118	181	202	161	165	954	
			% within Krant	36,8%	32,5%	44,0%	41,3%	44,2%	42,6%	40,4%	
	Positief		Count	195	233	222	264	177	199	1290	
			% within Krant	56,5%	64,2%	54,0%	54,0%	48,6%	51,4%	54,7%	
	Total	Count	345	363	411	489	364	387	2359		
		% within Krant	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%		

Kruistabel Toon * Krant * Zender VIER – Voor de overname											
			Kranten waarin het artikel verschenen is						Total		
			DS	DM	NB	HLN	GvA	HBvL			
Andere	T o n – 3	Negatief	Count	5	16	9	21	14	5	70	
			% within Krant	3,7%	8,4%	3,9%	8,5%	5,7%	2,3%	5,6%	
		Neutraal	Count	48	96	75	101	54	33	407	
			% within Krant	35,8%	50,5%	32,5%	41,1%	22,0%	15,3%	32,3%	
		1 Positief	Count	81	78	147	124	177	177	784	
			% within Krant	60,4%	41,1%	63,6%	50,4%	72,2%	82,3%	62,2%	
	Total	Count	134	190	231	246	245	215	1261		
		% within Krant	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%		
	VIER	T o n – 3	Negatief	Count	3	2	4	2	1	0	12
				% within Krant	23,1%	5,7%	11,8%	7,7%	2,9%	0,0%	7,1%
Neutraal			Count	5	25	16	18	15	7	86	
			% within Krant	38,5%	71,4%	47,1%	69,2%	42,9%	28,0%	51,2%	
Positief			Count	5	8	14	6	19	18	70	
			% within Krant	38,5%	22,9%	41,2%	23,1%	54,3%	72,0%	41,7%	
Total		Count	13	35	34	26	35	25	168		
		% within Krant	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%		
Total		T o n – 3	Negatief	Count	8	18	13	23	15	5	82
				% within Krant	5,4%	8,0%	4,9%	8,5%	5,4%	2,1%	5,7%
	Neutraal		Count	53	121	91	119	69	40	493	
			% within Krant	36,1%	53,8%	34,3%	43,8%	24,6%	16,7%	34,5%	
	Positief		Count	86	86	161	130	196	195	854	
			% within Krant	58,5%	38,2%	60,8%	47,8%	70,0%	81,2%	59,8%	
	Total	Count	147	225	265	272	280	240	1429		
		% within Krant	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%		

Ook hier zien we dat er niet voldaan is aan de voorwaarden voor een Chi<sup>2</sup>-toets. Omdat deze tabel eerder in de richting van een mogelijk verband wijst, bekijken we toch even deze test. Hieruit kunnen we aflezen dat na de overname de overschrijdingskans p gelijk is aan 0,009 en Cramer's V een waarde van 0,291 aanneemt. Dit suggereert inderdaad een samenhang, maar deze is dus niet veralgemeenbaar.

Chi-Square Tests					
Z_VIER		Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	
Voor de overname	Andere	Pearson Chi-Square	29,839 <sup>b</sup>	10	,001
		Likelihood Ratio	32,102	10	,000
		Linear-by-Linear Association	10,841	1	,001
		N of Valid Cases	2125		
	VIER	Pearson Chi-Square	23,368 <sup>c</sup>	10	,009
		Likelihood Ratio	22,108	10	,015
		Linear-by-Linear Association	,055	1	,815
		N of Valid Cases	234		
	Total	Pearson Chi-Square	35,527 <sup>a</sup>	10	,000
		Likelihood Ratio	37,284	10	,000
		Linear-by-Linear Association	10,611	1	,001
		N of Valid Cases	2359		
Na de overname	Andere	Pearson Chi-Square	103,092 <sup>e</sup>	10	,000
		Likelihood Ratio	106,517	10	,000
		Linear-by-Linear Association	37,884	1	,000
		N of Valid Cases	1261		
	VIER	Pearson Chi-Square	28,534 <sup>f</sup>	10	,001
		Likelihood Ratio	28,710	10	,001
		Linear-by-Linear Association	14,059	1	,000
		N of Valid Cases	168		
	Total	Pearson Chi-Square	120,128 <sup>d</sup>	10	,000
		Likelihood Ratio	124,274	10	,000
		Linear-by-Linear Association	50,206	1	,000
		N of Valid Cases	1429		
<p>a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 16,82.</p> <p>b. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 14,95.</p> <p>c. 6 cells (33,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,64.</p> <p>d. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 8,44.</p> <p>e. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 7,44.</p> <p>f. 6 cells (33,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,93.</p>					

Symmetric Measures					
Z_VIER			Value	Approx. Sig.	
Voor de overname	Andere	Nominal by Nominal	Phi	,118	,001
			Cramer's V	,084	,001
		N of Valid Cases			2125
	VIER	Nominal by Nominal	Phi	,316	,009
			Cramer's V	,223	,009
		N of Valid Cases			234
	Total	Nominal by Nominal	Phi	,123	,000
			Cramer's V	,087	,000
		N of Valid Cases			2359
Na de overname	Andere	Nominal by Nominal	Phi	,286	,000
			Cramer's V	,202	,000
		N of Valid Cases			1261
	VIER	Nominal by Nominal	Phi	,412	,001
			Cramer's V	,291	,001
		N of Valid Cases			168
	Total	Nominal by Nominal	Phi	,290	,000
			Cramer's V	,205	,000
		N of Valid Cases			1429
a. Not assuming the null hypothesis.					
b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.					

VIJF

Kruistabel Toon * Krant * Zender VIJF – voor de overname											
Z_VIJF			Kranten waarin het artikel verschenen is						Total		
			DS	DM	NB	HLN	GvA	HBvL			
Ander e	T o n – 3	Negatief	Count	23	12	7	23	26	23	114	
			% within Krant	6,8%	3,5%	1,7%	4,8%	7,5%	6,1%	5,0%	
		Neutraal	Count	122	115	179	200	151	157	924	
			% within Krant	35,9%	33,4%	44,4%	41,8%	43,8%	41,9%	40,4%	
		Positief	Count	195	217	217	256	168	195	1248	
			% within Krant	57,4%	63,1%	53,8%	53,4%	48,7%	52,0%	54,6%	
	Total	Count	340	344	403	479	345	375	2286		
		% within Krant	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%		
	VIJF	T o n – 3	Negatief	Count	0	0	1	0	0	0	1
				% within Krant	0,0%	0,0%	12,5%	0,0%	0,0%	0,0%	1,4%
Neutraal			Count	5	3	2	2	10	8	30	
			% within Krant	100,0%	15,8%	25,0%	20,0%	52,6%	66,7%	41,1%	
Positief			Count	0	16	5	8	9	4	42	
			% within Krant	0,0%	84,2%	62,5%	80,0%	47,4%	33,3%	57,5%	
Total		Count	5	19	8	10	19	12	73		
		% within Krant	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%		
Total		T o n – 3	Negatief	Count	23	12	8	23	26	23	115
				% within Krant	6,7%	3,3%	1,9%	4,7%	7,1%	5,9%	4,9%
	Neutraal		Count	127	118	181	202	161	165	954	
			% within Krant	36,8%	32,5%	44,0%	41,3%	44,2%	42,6%	40,4%	
	Positief		Count	195	233	222	264	177	199	1290	
			% within Krant	56,5%	64,2%	54,0%	54,0%	48,6%	51,4%	54,7%	
	Total	Count	345	363	411	489	364	387	2359		
		% within Krant	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%		



Kruistabel Toon * Krant * Zender VIJF – Na de overname											
				Kranten waarin het artikel verschenen is						Total	
				DS	DM	NB	HLN	GvA	HBvL		
Andere	T o o n – 3	Negatief	Count	8	17	12	22	11	5	75	
			% within Krant	5,7%	8,0%	4,6%	8,3%	4,3%	2,3%	5,5%	
		Neutraal	Count	50	112	90	116	66	37	471	
			% within Krant	35,7%	52,6%	34,5%	43,9%	25,6%	17,1%	34,8%	
		Positief	Count	82	84	159	126	181	175	807	
			% within Krant	58,6%	39,4%	60,9%	47,7%	70,2%	80,6%	59,6%	
	Total	Count	140	213	261	264	258	217	1353		
		% within Krant	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%		
	VIJF	T o o n – 3	Negatief	Count	0	1	1	1	4	0	7
				% within Krant	0,0%	8,3%	25,0%	12,5%	18,2%	0,0%	9,2%
Neutraal			Count	3	9	1	3	3	3	22	
			% within Krant	42,9%	75,0%	25,0%	37,5%	13,6%	13,0%	28,9%	
Positief			Count	4	2	2	4	15	20	47	
			% within Krant	57,1%	16,7%	50,0%	50,0%	68,2%	87,0%	61,8%	
Total		Count	7	12	4	8	22	23	76		
		% within Krant	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%		
Total		T o o n – 3	Negatief	Count	8	18	13	23	15	5	82
				% within Krant	5,4%	8,0%	4,9%	8,5%	5,4%	2,1%	5,7%
	Neutraal		Count	53	121	91	119	69	40	493	
			% within Krant	36,1%	53,8%	34,3%	43,8%	24,6%	16,7%	34,5%	
	Positief		Count	86	86	161	130	196	195	854	
			% within Krant	58,5%	38,2%	60,8%	47,8%	70,0%	81,2%	59,8%	
	Total	Count	147	225	265	272	280	240	1429		
		% within Krant	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%		

Voor de overname vinden we slechts één negatieve vermelding terug, oftewel 12,5 percent van de totale berichtgeving over VIJF binnen Het Nieuwsblad. Wat betreft de kwaliteitskranten zien we dat De Morgen met 84,2 percent een veel groter aandeel positieve berichtgeving publiceert dan De Standaard, die geen enkel positief artikel bracht. Bij Het Nieuwsblad zien we wel heel wat positieve verwijzingen, namelijk 62,5 percent van alle

berichtgeving over VIJF, maar dit is nog steeds minder dan bij Het Laatste Nieuws (80 percent). Na de overname zien we dat het aandeel positieve artikels in De Standaard toegenomen is van 0 naar 57,1 percent. Bij De Morgen daarentegen is een sterke daling opgetreden tot 16,7 percent. Beschouwen we de populaire kranten dan stellen we vast dat bij Het Nieuwsblad een lichte daling opgetreden is tot 50 percent, terwijl zich bij Het Laatste Nieuws een omgekeerde beweging voordoet tot eveneens 50 percent. Gelijkaardig aan de vorige waarnemingen over VIJF zien we dat de Concentrakeranten het vaakst positief schrijven over deze zender.

Opnieuw stoten we hier op te veel lage celfrequenties. Omdat we vermoeden dat er toch een verband zou kunnen zijn, bekijken we vluchtig de tabel. Hieruit blijkt dat zowel voor als na de overname er een statistisch significant verband kan vastgesteld worden. Na de overname bedraagt de waarde van Cramer's  $V$  0,413. Dat dit verband sterker is dan in de vorige tabellen, valt waarschijnlijk eerder te verklaren door het feit dat ook de Concentrakeranten veel schrijven over deze zender, dan dat er een overduidelijk overwicht zou zijn binnen de dagbladen van Corelio.

Chi-Square Tests					
Z_VIJF			Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Voor de overname	Andere	Pearson Chi-Square	34,432 <sup>b</sup>	10	,000
		Likelihood Ratio	36,726	10	,000
		Linear-by-Linear Association	9,775	1	,002
		N of Valid Cases	2286		
	VIJF	Pearson Chi-Square	27,120 <sup>c</sup>	10	,002
		Likelihood Ratio	25,821	10	,004
		Linear-by-Linear Association	1,487	1	,223
		N of Valid Cases	73		
	Total	Pearson Chi-Square	35,527 <sup>a</sup>	10	,000
		Likelihood Ratio	37,284	10	,000
		Linear-by-Linear Association	10,611	1	,001
		N of Valid Cases	2359		
Na de overname	Andere	Pearson Chi-Square	104,740 <sup>e</sup>	10	,000
		Likelihood Ratio	107,942	10	,000
		Linear-by-Linear Association	44,229	1	,000
		N of Valid Cases	1353		
	VIJF	Pearson Chi-Square	25,893 <sup>f</sup>	10	,004
		Likelihood Ratio	27,432	10	,002
		Linear-by-Linear Association	6,862	1	,009
		N of Valid Cases	76		
	Total	Pearson Chi-Square	120,128 <sup>d</sup>	10	,000
		Likelihood Ratio	124,274	10	,000
		Linear-by-Linear Association	50,206	1	,000
		N of Valid Cases	1429		
<p>a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 16,82.</p> <p>b. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 16,96.</p> <p>c. 12 cells (66,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,07.</p> <p>d. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 8,44.</p> <p>e. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 7,76.</p> <p>f. 13 cells (72,2%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,37.</p>					

Symmetric Measures					
Z_VIJF			Value	Approx. Sig.	
Voor de overname	Andere	Nominal by Nominal	Phi	,123	,000
			Cramer's V	,087	,000
		N of Valid Cases		2286	
	VIJF	Nominal by Nominal	Phi	,610	,002
			Cramer's V	,431	,002
		N of Valid Cases		73	
	Total	Nominal by Nominal	Phi	,123	,000
			Cramer's V	,087	,000
		N of Valid Cases		2359	
N a de overname	Andere	Nominal by Nominal	Phi	,278	,000
			Cramer's V	,197	,000
		N of Valid Cases		1353	
	VIJF	Nominal by Nominal	Phi	,584	,004
			Cramer's V	,413	,004
		N of Valid Cases		76	
	Total	Nominal by Nominal	Phi	,290	,000
			Cramer's V	,205	,000
		N of Valid Cases		1429	
a. Not assuming the null hypothesis.					
b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.					

ACHT

Kruistabel Toon * Krant * Zender Acht										
Z_Acht			Krant							Total
			DS	DM	NB	HLN	GvA	HBvL		
Andere	T o n	Negatief	Count	11	17	14	30	19	9	100
			% within Krant	4,9%	6,5%	3,6%	7,9%	5,1%	2,7%	5,1%
		Neutraal	Count	86	137	148	163	120	92	746
			% within Krant	38,2%	52,7%	38,0%	43,1%	31,9%	27,1%	37,9%
	Positief	Count	128	106	227	185	237	238	1121	
		% within Krant	56,9%	40,8%	58,4%	48,9%	63,0%	70,2%	57,0%	
	Total	Count	225	260	389	378	376	339	1967	
		% within Krant	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
Acht	T o n	Negatief	Count	0	1		0	0	0	1
			% within Krant	0,0%	16,7%		0,0%	0,0%	0,0%	3,0%
		Neutraal	Count	1	1		1	1	0	4
			% within Krant	12,5%	16,7%		100,0%	9,1%	0,0%	12,1%
	Positief	Count	7	4		0	10	7	28	
		% within Krant	87,5%	66,7%		0,0%	90,9%	100,0%	84,8%	
	Total	Count	8	6		1	11	7	33	
		% within Krant	100,0%	100,0%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
Total	T o n	Negatief	Count	11	18	14	30	19	9	101
			% within Krant	4,7%	6,8%	3,6%	7,9%	4,9%	2,6%	5,1%
		Neutraal	Count	87	138	148	164	121	92	750
			% within Krant	37,3%	51,9%	38,0%	43,3%	31,3%	26,6%	37,5%
	Positief	Count	135	110	227	185	247	245	1149	
		% within Krant	57,9%	41,4%	58,4%	48,8%	63,8%	70,8%	57,4%	
	Total	Count	233	266	389	379	387	346	2000	
		% within Krant	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Omwille van het beperkt aantal artikels, zullen we opnieuw geen statistisch te gronden uitspraak kunnen doen. Op basis van bovenstaande gegevens proberen we echter toch iets van mogelijke samenhang vast te stellen. Kijken we naar de negatieve artikels, dan zien we dat enkel De Morgen er zo één gepubliceerd heeft. Het merendeel van de artikels is positief. Wat opvalt, is dat 90,9 percent van de artikels over Acht in De Gazet van Antwerpen en 100 percent van de artikels in Het Belang van Limburg, wat er respectievelijk 10 en 7 zijn, positief zijn. Hiermee valt het op dat zij niet alleen relatief veel, maar ook positief berichten over hun

eigen zender. Om echter te mogen veralgemenen of verdere conclusies te kunnen trekken, zijn meer data nodig.

Chi-Square Tests				
Z_Acht		Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Andere	Pearson Chi-Square	73,627 <sup>b</sup>	10	,000
	Likelihood Ratio	74,042	10	,000
	Linear-by-Linear Association	24,666	1	,000
	N of Valid Cases	1967		
Acht	Pearson Chi-Square	13,232 <sup>c</sup>	8	,104
	Likelihood Ratio	9,935	8	,270
	Linear-by-Linear Association	1,270	1	,260
	N of Valid Cases	33		
Total	Pearson Chi-Square	77,040 <sup>a</sup>	10	,000
	Likelihood Ratio	77,539	10	,000
	Linear-by-Linear Association	25,357	1	,000
	N of Valid Cases	2000		
a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 11,77.				
b. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 11,44.				
c. 11 cells (73,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,03.				

Symmetric Measures				
Z_Acht			Value	Approx. Sig.
Andere	Nominal by Nominal	Phi	,193	,000
		Cramer's V	,137	,000
	N of Valid Cases		1967	
Acht	Nominal by Nominal	Phi	,633	,104
		Cramer's V	,448	,104
	N of Valid Cases		33	
Total	Nominal by Nominal	Phi	,196	,000
		Cramer's V	,139	,000
	N of Valid Cases		2000	
a. Not assuming the null hypothesis.				
b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.				

WOESTIJNVIS

Kruistabel Toon * Krant * Woestijnvis											
Wstnvis				Krant						Total	
				DS	DM	NB	HLN	GvA	HBvL		
Nee	T o	Negatief	Count	18	18	19	37	36	22	150	
			% within Krant	5,0%	4,4%	3,9%	6,6%	7,2%	4,4%	5,3%	
	o	Neutraal	Count	109	141	191	218	149	144	952	
			% within Krant	30,2%	34,4%	39,4%	39,0%	30,0%	28,5%	33,8%	
	3	Positief	Count	234	251	275	304	312	339	1715	
			% within Krant	64,8%	61,2%	56,7%	54,4%	62,8%	67,1%	60,9%	
	Total			Count	361	410	485	559	497	505	2817
				% within Krant	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	Ja	T o	Negatief	Count	1	0	1	1	0	0	3
				% within Krant	2,6%	0,0%	1,6%	2,4%	0,0%	0,0%	1,1%
o		Neutraal	Count	12	18	20	19	15	10	94	
			% within Krant	31,6%	36,7%	31,7%	45,2%	40,5%	30,3%	35,9%	
3		Positief	Count	25	31	42	22	22	23	165	
			% within Krant	65,8%	63,3%	66,7%	52,4%	59,5%	69,7%	63,0%	
Total			Count	38	49	63	42	37	33	262	
			% within Krant	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
Total		T o	Negatief	Count	19	18	20	38	36	22	153
				% within Krant	4,8%	3,9%	3,6%	6,3%	6,7%	4,1%	5,0%
	o	Neutraal	Count	121	159	211	237	164	154	1046	
			% within Krant	30,3%	34,6%	38,5%	39,4%	30,7%	28,6%	34,0%	
	3	Positief	Count	259	282	317	326	334	362	1880	
			% within Krant	64,9%	61,4%	57,8%	54,2%	62,5%	67,3%	61,1%	
	Total			Count	399	459	548	601	534	538	3079
				% within Krant	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Het valt op dat er over Woestijnvisprogramma's bijna niet bericht wordt in een negatieve context. Van de 262 actoren waarover geschreven is, werd er slechts over 3 op een negatieve manier gerapporteerd, eenmaal in De Standaard, eenmaal in Het Nieuwsblad en eenmaal in Het Laatste Nieuws. Bekijken we het aandeel positieve berichtgeving, dan zien we dat De Standaard in verhouding net iets meer in een positief daglicht bericht over Woestijnvisprogramma's dan De Morgen: 65,8 tegenover 63,3 percent. Ook bij de populaire kranten doet het Coreliodagblad het beter met 66,7 percent tegenover 52,4 percent (HLN). Er

is er niet voldaan aan de voorwaarden om een Chi<sup>2</sup>-analyse te mogen gebruiken, maar we zien dat de test aangeeft dat er geen significant verband vast te stellen valt.

Chi-Square Tests				
Wstnvis		Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Nee	Pearson Chi-Square	35,058 <sup>b</sup>	10	,000
	Likelihood Ratio	34,849	10	,000
	Linear-by-Linear Association	,322	1	,570
	N of Valid Cases	2817		
Ja	Pearson Chi-Square	6,048 <sup>c</sup>	10	,811
	Likelihood Ratio	7,050	10	,721
	Linear-by-Linear Association	,002	1	,960
	N of Valid Cases	262		
Total	Pearson Chi-Square	35,901 <sup>a</sup>	10	,000
	Likelihood Ratio	35,751	10	,000
	Linear-by-Linear Association	,194	1	,659
	N of Valid Cases	3079		
a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 19,83.				
b. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 19,22.				
c. 6 cells (33,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,38.				

Symmetric Measures				
Wstnvis	Is het een woestijnvisproductie?	Value	Approx. Sig.	
Nee	Nominal by Nominal	Phi	,112	,000
		Cramer's V	,079	,000
	N of Valid Cases	2817		
Ja	Nominal by Nominal	Phi	,152	,811
		Cramer's V	,107	,811
	N of Valid Cases	262		
Total	Nominal by Nominal	Phi	,108	,000
		Cramer's V	,076	,000
	N of Valid Cases	3079		
a. Not assuming the null hypothesis.				
b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.				



#### 4.1.4 Tweede benadering

Een andere manier om na te gaan of kranten positiever schrijven over de zenders die in handen zijn van dezelfde mediagroep, is door na te gaan of men meer tv-tips publiceert over programma's van deze zenders. Dit doen we eenvoudigweg door een filter in te schakelen waardoor enkel nog de tv-tips opgenomen worden, namelijk 'typart = 7'. Hier zullen we niet meer filteren op de artikels die expliciet over televisie gaan, aangezien dit voor alle tv-tips het geval is.

#### VTM & 2BE

Kruistabel Krant * Zenders Kanaaltwee / 2BE									
			Krant						Total
			DS	DM	NB	HLN	GvA	HBvL	
Z - vt m - k 2	Andere	Count	112	142	44	51	109	107	565
		% within Krant	78,3%	79,3%	75,9%	56,7%	71,7%	70,9%	73,1%
	VTM	Count	16	15	12	31	19	19	112
		% within Krant	11,2%	8,4%	20,7%	34,4%	12,5%	12,6%	14,5%
	Kanaaltwee	Count	15	22	2	8	24	25	96
		% within Krant	10,5%	12,3%	3,4%	8,9%	15,8%	16,6%	12,4%
Total	Count	143	179	58	90	152	151	773	
	% within Krant	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

In totaal zijn 773 van alle gevonden actoren vernoemd in een tv-tip. Zoals verwacht kunnen we aflezen uit de tabel dat het aandeel tv-tips dat besteed wordt aan VTM het hoogst is binnen de populaire kranten. Het Laatste Nieuws, waarbij in 34,4 percent van de tv-tips een VTM programma vernoemd wordt, doet dit beduidend vaker dan Het Nieuwsblad met 20,7 percent. Bij de kwaliteitskranten zien we dat het percentage binnen De Standaard iets hoger ligt dan bij haar concurrent: 11,2 tegenover 8,4 percent. Beschouwen we 2BE dan zien we dat de percentages heel wat lager liggen. Zoals te verwachten viel na het lezen van de overige tabellen, zijn het ook hier de Concentrakeranten die het hoogste percentage halen: 15,8 percent (GvA) en 16,6 percent (HBvL). Bij de overige vier dagbladen is het telkens de variant van De Persgroep die relatief meer tv-tips aan deze zender besteedt: 12,3 percent (DM) tegenover 10,5 percent (DS) en 3,4 percent (NB) bij Het Nieuwsblad tegenover 8,9 percent (HLN).

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	46,332 <sup>a</sup>	10	,000
Likelihood Ratio	41,728	10	,000
Linear-by-Linear Association	5,895	1	,015
N of Valid Cases	773		
a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 7,20.			

Symmetric Measures			
		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,245	,000
	Cramer's V	,173	,000
N of Valid Cases		773	
a. Not assuming the null hypothesis.			
b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.			

We zien dat de overschrijdingskans  $p$  0,000 bedraagt, dus we mogen aannemen dat er een verband bestaat tussen beide variabelen. Aangezien Cramer's V 0,173 bedraagt, kunnen we echter maar spreken van een zwakke samenhang.

VITAYA

Kruistabel Krant * Zender Vitaya										
dat_vit				Krant						Total
				DS	DM	NB	HLN	GvA	HBvL	
Voor de overname	Z — v	Andere	Count	86	162	28	64	39	24	403
			% within Krant	96,6%	97,6%	100,0%	94,1%	88,6%	92,3%	95,7%
	i t	Vitaya	Count	3	4	0	4	5	2	18
			% within Krant	3,4%	2,4%	0,0%	5,9%	11,4%	7,7%	4,3%
	Total		Count	89	166	28	68	44	26	421
			% within Krant	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Na de overname	Z — v	Andere	Count	54	13	30	21	99	114	331
			% within Krant	100,0%	100,0%	100,0%	95,5%	91,7%	91,2%	94,0%
	i t	Vitaya	Count	0	0	0	1	9	11	21
			% within Krant	0,0%	0,0%	0,0%	4,5%	8,3%	8,8%	6,0%
	Total		Count	54	13	30	22	108	125	352
			% within Krant	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

In totaal wordt Vitaya 39 keer vermeld in een tv-tip. Dit is in het merendeel van de gevallen (27 keer) in een Concentrakerant. Hierbij valt op dat na de overname zowel De Morgen, De Standaard en Het Nieuwsblad geen enkele tv-tip meer publiceren (tegenover respectievelijk 3, 4 en 0 voor de overname), terwijl het aantal artikels in de Gazet van Antwerpen toeneemt. Dit is des te meer uitzonderlijk omdat de periode na de overname half zo lang is als de periode voor de overname. Aan de hand van deze tabel veronderstellen we dus geen verband dat onze onderzoeksvraag in gunstige zin beantwoordt.

Chi-Square Tests				
dat_vit Data gehercodeerd voor Vitaya		Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Voor de overname	Pearson Chi-Square	9,413 <sup>a</sup>	5	,094
	Likelihood Ratio	9,070	5	,106
	Linear-by-Linear Association	5,425	1	,020
	N of Valid Cases	421		
Na de overname	Pearson Chi-Square	9,102 <sup>b</sup>	5	,105
	Likelihood Ratio	14,560	5	,012
	Linear-by-Linear Association	8,138	1	,004
	N of Valid Cases	352		
a. 5 cells (41,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,11.				
b. 4 cells (33,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,78.				

VIER

Kruistabel Zender VIER * Krant										
				Krant						Total
				DS	DM	NB	HLN	GvA	HBvL	
Voor de overname	Z – V I E R	Andere	Count	82	144	23	61	40	22	372
			% within Krant	92,1%	86,7%	82,1%	89,7%	90,9%	84,6%	88,4%
	VIER	Count	7	22	5	7	4	4	49	
		% within Krant	7,9%	13,3%	17,9%	10,3%	9,1%	15,4%	11,6%	
	Total	Count	89	166	28	68	44	26	421	
		% within Krant	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
Na de overname	Z – V I E R	Andere	Count	51	12	30	21	96	111	321
			% within Krant	94,4%	92,3%	100,0%	95,5%	88,9%	88,8%	91,2%
	VIER	Count	3	1	0	1	12	14	31	
		% within Krant	5,6%	7,7%	0,0%	4,5%	11,1%	11,2%	8,8%	
	Total	Count	54	13	30	22	108	125	352	
		% within Krant	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Ook in deze tabel vinden we niet het resultaat dat we zouden verwachten. Zo zien we dat na de overname het aandeel van VIER in de tv-tips binnen de Coreliokranten gedaald is. Bij De Standaard zien we een terugval van 7,9 naar 5,6 percent, bij het Nieuwsblad een nog grotere evolutie van 17,9 naar 0 percent. Daarnaast is het aandeel tv-tips dat ze aan deze zender besteden ook in vergelijking met de andere kranten niet hoog. Ook hier zien we dat niet voldaan is aan de voorwaarden om een Chi<sup>2</sup>-test te mogen doen, maar er zou, zoals we ook vermoeden, geen significant verband uit af te leiden zijn.

Chi-Square Tests				
		Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Voor de overname	Pearson Chi-Square	3,458 <sup>a</sup>	5	,630
	Likelihood Ratio	3,448	5	,631
	Linear-by-Linear Association	,144	1	,704
	N of Valid Cases	421		
Na de overname	Pearson Chi-Square	5,731 <sup>b</sup>	5	,333
	Likelihood Ratio	8,448	5	,133
	Linear-by-Linear Association	3,080	1	,079
	N of Valid Cases	352		
a. 2 cells (16,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3,03.				
b. 4 cells (33,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,14.				

## VIJF

Kruistabel Zender VIJF * Krant										
dat_vit				Krant						Total
				DS	DM	NB	HLN	GvA	HBvL	
Voor de overname	Z – V	Andere	Count	88	148	25	64	36	25	386
			% within Krant	98,9%	89,2%	89,3%	94,1%	81,8%	96,2%	91,7%
	I J F	VIJF	Count	1	18	3	4	8	1	35
			% within Krant	1,1%	10,8%	10,7%	5,9%	18,2%	3,8%	8,3%
	Total		Count	89	166	28	68	44	26	421
			% within Krant	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Na de overname	Z – V	Andere	Count	52	12	29	21	95	106	315
			% within Krant	96,3%	92,3%	96,7%	95,5%	88,0%	84,8%	89,5%
	I J F	VIJF	Count	2	1	1	1	13	19	37
			% within Krant	3,7%	7,7%	3,3%	4,5%	12,0%	15,2%	10,5%
	Total		Count	54	13	30	22	108	125	352
			% within Krant	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Uit deze tabel valt geen constante beweging af te leiden. Na de overname daalt het aandeel berichtgeving bij De Morgen, Het Nieuwsblad, Het Laatste Nieuws en De Gazet van

Antwerpen, maar stijgt het licht bij De Standaard en erg veel bij Het Belang van Limburg. Vergelijken we de kranten onderling, dan zien we dat zowel voor als na de overname De Morgen relatief vaker VIJF vermeldt in een tv-tip dan De Standaard, hoewel het onderlinge verschil daalt. Bij Het Laatste Nieuws en Het Nieuwsblad zien we dezelfde verhouding. Het Nieuwsblad daalt van 10,7 naar 3,3 percent, Het Laatste Nieuws van 5,9 naar 4,5 percent. Het zijn hier echter opvallend weer de Concentrakeranten die hun relatief grote aandeel behouden. Opnieuw is de Chi<sup>2</sup> test ongeldig. We vermoeden ook echter aan de hand van deze tabel niet dat er een verband zou zijn.

Chi-Square Tests				
		Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Voor de overname	Pearson Chi-Square	14,471 <sup>a</sup>	5	,013
	Likelihood Ratio	16,503	5	,006
	Linear-by-Linear Association	1,988	1	,159
	N of Valid Cases	421		
Na de overname	Pearson Chi-Square	8,435 <sup>b</sup>	5	,134
	Likelihood Ratio	9,648	5	,086
	Linear-by-Linear Association	7,044	1	,008
	N of Valid Cases	352		
a. 3 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,16.				
b. 3 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,37.				

## ACHT

Kruistabel Zender Acht * Krant									
			Krant						Total
			DS	DM	NB	HLN	GvA	HBvL	
Z – A c h t	Andere	Count	65	12	37	34	103	121	372
		% within Krant	92,9%	92,3%	100,0%	100,0%	92,0%	95,3%	94,7%
	Acht	Count	5	1	0	0	9	6	21
		% within Krant	7,1%	7,7%	0,0%	0,0%	8,0%	4,7%	5,3%
Total		Count	70	13	37	34	112	127	393
		% within Krant	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Uit de tabel blijkt dat beide populaire kranten geen enkele tv-tip over Acht geschreven hebben. De Standaard en De Morgen vernoemen in respectievelijk 7,1 en 7,7 percent van hun tv-tips deze zender. Dit aandeel ligt het hoogst bij de Gazet van Antwerpen, maar bij Het Belang van Limburg ligt dit met 4,7 percent lager dan bij de kwaliteitskranten. Omwille van de beperkte gegevens is het moeilijk om hieruit een eenduidige conclusie te trekken. Ook de Chi<sup>2</sup>-test mag niet geïnterpreteerd worden.

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	6,299 <sup>a</sup>	5	,278
Likelihood Ratio	9,831	5	,080
Linear-by-Linear Association	,014	1	,906
N of Valid Cases	393		
a. 4 cells (33,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,69.			

### WOESTIJNVIS

Tot slot beschouwen we het voorkomen van Woestijnvisprogramma's in de verschillende kranten.

Kruistabel Woestijnvis * Krant									
			Krant						Total
			DS	DM	NB	HLN	GvA	HBvL	
W st	Nee	Count	138	175	54	85	150	148	750
		% within Krant	96,5%	98,3%	93,1%	96,6%	99,3%	99,3%	97,8%
n vi s	Ja	Count	5	3	4	3	1	1	17
		% within Krant	3,5%	1,7%	6,9%	3,4%	0,7%	0,7%	2,2%
Total		Count	143	178	58	88	151	149	767
		% within Krant	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Woestijnvisproducties blijken slechts weinig in tv-tips vernoemd te worden, namelijk slechts in 17. Binnen de verschillende kranten zien we wel dat De Morgen een kleiner aandeel dan De Standaard hieraan besteedt (1,7 tegenover 3,5 percent) en dat hetzelfde geldt voor Het Nieuwsblad (6,9 percent) tegenover Het Laatste Nieuws (3,4 percent). Dit wijst in de richting

van een zwak verband, maar omdat de aantallen zo laag liggen, is het resultaat niet veralgemeenbaar.

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	15,859 <sup>a</sup>	10	,104
Likelihood Ratio	15,415	10	,118
Linear-by-Linear Association	1,723	1	,189
N of Valid Cases	773		
a. 12 cells (66,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,45.			

#### 4.1.5 Derde benadering

De derde manier waarop we onze tweede onderzoeksvraag kunnen interpreteren, is door na te gaan of kranten hun eigen zenders vaker in de titel vermelden dan andere kranten. Hetzelfde hadden we kunnen doen met de aan- of afwezigheid van een foto, maar doorheen de analyse is gebleken dat deze informatie niet overal even duidelijk aanwezig was. We beschouwen deze data daarom als onbetrouwbaar en zullen ze bijgevolg niet gebruiken. Ook zullen we, hoewel deze erg interessante informatie zou kunnen opleveren, niet gaan bekijken of deze vermelding in de titel positief of negatief is. Dit omdat we bij de analyse van alle artikels reeds merkten dat er vaak niet voldaan was aan de voorwaarden om een significantietoets te mogen uitvoeren, wat alleen nog maar vaker zou voorkomen indien we de tabel nog meer gaan opsplitsen.



Kruistabel Titel * Krant * Zenders VTM & Kanaaltwee / 2BE										
Z_VTM_K2				Krant						Total
				DS	DM	NB	HLN	GvA	HBvL	
Andere	Titel	Nee	Count	307	347	372	336	362	317	2041
			% within Krant	90,6%	85,3%	84,4%	80,8%	88,7%	80,5%	84,9%
		Ja	Count	32	60	69	80	46	77	364
			% within Krant	9,4%	14,7%	15,6%	19,2%	11,3%	19,5%	15,1%
	Total	Count	339	407	441	416	408	394	2405	
		% within Krant	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
VTM	Titel	Nee	Count	104	122	196	267	166	156	1011
			% within Krant	88,9%	89,1%	89,1%	85,9%	88,3%	83,9%	87,2%
		Ja	Count	13	15	24	44	22	30	148
			% within Krant	11,1%	10,9%	10,9%	14,1%	11,7%	16,1%	12,8%
	Total	Count	117	137	220	311	188	186	1159	
		% within Krant	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
Kanaaltwee / 2BE	Titel	Nee	Count	30	38	10	26	40	37	181
			% within Krant	83,3%	86,4%	66,7%	76,5%	83,3%	78,7%	80,8%
		Ja	Count	6	6	5	8	8	10	43
			% within Krant	16,7%	13,6%	33,3%	23,5%	16,7%	21,3%	19,2%
	Total	Count	36	44	15	34	48	47	224	
		% within Krant	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
Total	Titel	Nee	Count	441	507	578	629	568	510	3233
			% within Krant	89,6%	86,2%	85,5%	82,7%	88,2%	81,3%	85,3%
		Ja	Count	51	81	98	132	76	117	555
			% within Krant	10,4%	13,8%	14,5%	17,3%	11,8%	18,7%	14,7%
	Total	Count	492	588	676	761	644	627	3788	
		% within Krant	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

We beginnen bij VTM. We zien dat het aantal vermeldingen in de titel bij elke krant schommelt rond de 10 procent. Enkel Het Belang van Limburg doet opvallend beter met 16,1 procent. Bij de populaire kranten zien we dat Het Laatste Nieuws relatief vaker deze zender in de titel vermeldt dan Het Nieuwsblad, met 14,1 procent tegenover 10,9 procent. Bij de kwaliteitskranten zien we een iets hoger percentage bij De Standaard : 11,1 procent tegenover 10,9 procent. Beschouwen we 2BE, dan valt het meteen op dat Het Nieuwsblad een groter aandeel vermeldingen in de titel heeft dan de rest, met 33,3 procent. Wel moeten we hierbij opmerken dat het aantal artikels dat ze geschreven hebben over deze zender beduidend lager

is dan bij de andere kranten. Verder merken we op dat De Morgen het laagste aantal vermeldingen in de titel heeft met 13,6 percent, minder dus dan De Standaard (16,7 percent). Bekijken we de significantietoets, dan zien we dat we voor beide zenders de nulhypothese niet verwerpen mogen verwerpen. We gaan er dus vanuit dat de twee variabelen onafhankelijk zijn van elkaar.

Chi-Square Tests				
Z_VTM_K2		Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Andere	Pearson Chi-Square	24,828 <sup>b</sup>	5	,000
	Likelihood Ratio	25,549	5	,000
	Linear-by-Linear Association	7,123	1	,008
	N of Valid Cases	2405		
VTM	Pearson Chi-Square	3,988 <sup>c</sup>	5	,551
	Likelihood Ratio	3,912	5	,562
	Linear-by-Linear Association	2,156	1	,142
	N of Valid Cases	1159		
Kanaaltwee / 2BE	Pearson Chi-Square	3,699 <sup>d</sup>	5	,594
	Likelihood Ratio	3,503	5	,623
	Linear-by-Linear Association	,343	1	,558
	N of Valid Cases	224		
Total	Pearson Chi-Square	24,259 <sup>a</sup>	5	,000
	Likelihood Ratio	24,467	5	,000
	Linear-by-Linear Association	9,009	1	,003
	N of Valid Cases	3788		
a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 72,09.				
b. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 51,31.				
c. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 14,94.				
d. 1 cells (8,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,88.				

Vervolgens schakelen we opnieuw de filter in.

Kruistabel Titel * Krant * Zender Kanaaltwee / 2BE										
Z_VTM_K2			Krant						Total	
			1 DS	2 DM	3 NB	4 HLN	5 GvA	6 HBvL		
Andere	Titel	Nee	Count	259	285	277	213	275	259	1568
			% within Krant	90,6%	84,3%	84,7%	77,2%	87,3%	80,9%	84,2%
		Ja	Count	27	53	50	63	40	61	294
			% within Krant	9,4%	15,7%	15,3%	22,8%	12,7%	19,1%	15,8%
	Total	Count	286	338	327	276	315	320	1862	
		% within Krant	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
VTM	Titel	Nee	Count	64	79	121	155	105	115	639
			% within Krant	84,2%	87,8%	90,3%	85,6%	84,7%	85,2%	86,4%
		Ja	Count	12	11	13	26	19	20	101
			% within Krant	15,8%	12,2%	9,7%	14,4%	15,3%	14,8%	13,6%
	Total	Count	76	90	134	181	124	135	740	
		% within Krant	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
Kanaaltwee / 2BE	Titel	Nee	Count	25	33	6	22	34	34	154
			% within Krant	80,6%	89,2%	60,0%	75,9%	82,9%	79,1%	80,6%
		Ja	Count	6	4	4	7	7	9	37
			% within Krant	19,4%	10,8%	40,0%	24,1%	17,1%	20,9%	19,4%
	Total	Count	31	37	10	29	41	43	191	
		% within Krant	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
Total	Titel	Nee	Count	348	397	404	390	414	408	2361
			% within Krant	88,5%	85,4%	85,8%	80,2%	86,2%	81,9%	84,5%
		Ja	Count	45	68	67	96	66	90	432
			% within Krant	11,5%	14,6%	14,2%	19,8%	13,8%	18,1%	15,5%
	Total	Count	393	465	471	486	480	498	2793	
		% within Krant	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Bekijken we het verschil tussen deze tabel en de voorgaande, dan zien we dat het relatieve aandeel verwijzingen in de titel voor VTM toeneemt bij de kwaliteitskranten en afneemt bij de populaire kranten. Tussen de beide kranten blijft de verhouding telkens wel gelijk. Bij de kwaliteitskranten zien we het vaakst vermeldingen in de titel bij De Standaard, bij de populaire kranten bij Het Laatste Nieuws. Wat betreft 2BE zien we overal een toename, behalve bij De Morgen en Het Belang van Limburg. Wat opvalt, is dat Het Nieuwsblad met 40 procent heel wat vaker deze zender in haar titel vermeldt dan Het Laatste Nieuws, dat dit slechts in een klein kwart van de gevallen doet. Bij de kwaliteitskranten zien we dezelfde

tendens met 19,4 percent (DS) tegenover 10,8 percent (DM). Er lijken dus bij beide zenders geen opvallende aanwijzingen te zijn dat er een verband zou bestaan tussen de twee variabelen dat onze onderzoeksvraag op een gunstige manier beantwoordt. Dit blijkt ook uit onderstaande tabel.

Chi-Square Tests				
Z_VTM_K2		Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Andere	Pearson Chi-Square	23,854 <sup>b</sup>	5	,000
	Likelihood Ratio	24,054	5	,000
	Linear-by-Linear Association	6,438	1	,011
	N of Valid Cases	1862		
VTM	Pearson Chi-Square	2,752 <sup>c</sup>	5	,738
	Likelihood Ratio	2,900	5	,715
	Linear-by-Linear Association	,314	1	,575
	N of Valid Cases	740		
Kanaaltwee / 2BE	Pearson Chi-Square	5,088 <sup>d</sup>	5	,405
	Likelihood Ratio	4,856	5	,434
	Linear-by-Linear Association	,220	1	,639
	N of Valid Cases	191		
Total	Pearson Chi-Square	16,154 <sup>a</sup>	5	,006
	Likelihood Ratio	16,043	5	,007
	Linear-by-Linear Association	6,000	1	,014
	N of Valid Cases	2793		
a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 60,79.				
b. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 43,58.				
c. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 10,37.				
d. 1 cells (8,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,94.				

VITAYA

Kruistabel Titel * Krant Zender Vitaya – Voor de overname										
Z_vit			Krant						Total	
			DS	DM	NB	HLN	GvA	HBvL		
Andere	Titel	Nee	Count	310	299	355	381	309	320	1974
			% within Krant	91,2%	84,2%	87,0%	79,7%	88,3%	84,0%	85,4%
		Ja	Count	30	56	53	97	41	61	338
			% within Krant	8,8%	15,8%	13,0%	20,3%	11,7%	16,0%	14,6%
	Total	Count	340	355	408	478	350	381	2312	
		% within Krant	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
Vitaya	Titel	Nee	Count	4	7	2	10	14	6	43
			% within Krant	80,0%	87,5%	66,7%	90,9%	100,0%	100,0%	91,5%
		Ja	Count	1	1	1	1	0	0	4
			% within Krant	20,0%	12,5%	33,3%	9,1%	0,0%	0,0%	8,5%
	Total	Count	5	8	3	11	14	6	47	
		% within Krant	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
Total	Titel	Nee	Count	314	306	357	391	323	326	2017
			% within Krant	91,0%	84,3%	86,9%	80,0%	88,7%	84,2%	85,5%
		Ja	Count	31	57	54	98	41	61	342
			% within Krant	9,0%	15,7%	13,1%	20,0%	11,3%	15,8%	14,5%
	Total	Count	345	363	411	489	364	387	2359	
		% within Krant	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Kruistabel Titel * Krant Zender Vitaya – Na de overname										
				krant						Total
				DS	DM	NB	HLN	GvA	HBvL	
Andere	Titel	Nee	Count	126	198	221	236	236	176	1193
			% within Krant	86,3%	89,2%	83,4%	87,4%	87,7%	77,2%	85,2%
		Ja	Count	20	24	44	34	33	52	207
			% within Krant	13,7%	10,8%	16,6%	12,6%	12,3%	22,8%	14,8%
	Total	Count	146	222	265	270	269	228	1400	
		% within Krant	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
Vitaya	Titel	Nee	Count	1	3		2	9	8	23
			% within Krant	100,0%	100,0%		100,0%	81,8%	66,7%	79,3%
		Ja	Count	0	0		0	2	4	6
			% within Krant	0,0%	0,0%		0,0%	18,2%	33,3%	20,7%
	Total	Count	1	3		2	11	12	29	
		% within Krant	100,0%	100,0%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
Total	Titel	Nee	Count	127	201	221	238	245	184	1216
			% within Krant	86,4%	89,3%	83,4%	87,5%	87,5%	76,7%	85,1%
		Ja	Count	20	24	44	34	35	56	213
			% within Krant	13,6%	10,7%	16,6%	12,5%	12,5%	23,3%	14,9%
	Total	Count	147	225	265	272	280	240	1429	
		% within Krant	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Aangezien het om zo weinig artikels gaat, moeten we opnieuw erg voorzichtig zijn met het trekken van conclusies. Voor de overname zien we dat de kwaliteitskranten en de populaire kranten elk eenmaal een actor in hun titel vermeld hebben, de Gazet van Antwerpen en Het Belang van Limburg geen enkele keer. Na de overname daarentegen vinden we bij hen respectievelijk tweemaal en viermaal een dergelijke vermelding terug, bij de overige kranten geen meer. Zoals verwacht met dergelijke lage cijfers, mogen we de Chi<sup>2</sup>-test niet gebruiken. Uit de tabel maken we in ieder geval op dat er geen verband schijnt te zijn dat verklaard zou kunnen worden door gedeeld eigenaarschap.

Chi-Square Tests – voor de overname					
dat_vit	Z_vit		Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Voor de overname	Andere	Pearson Chi-Square	25,681 <sup>b</sup>	5	,000
		Likelihood Ratio	26,001	5	,000
		Linear-by-Linear Association	4,271	1	,039
		N of Valid Cases	2312		
	Vitaya	Pearson Chi-Square	5,250 <sup>c</sup>	5	,386
		Likelihood Ratio	5,807	5	,325
		Linear-by-Linear Association	3,049	1	,081
		N of Valid Cases	47		
	Total	Pearson Chi-Square	25,186 <sup>a</sup>	5	,000
		Likelihood Ratio	25,440	5	,000
		Linear-by-Linear Association	3,380	1	,066
		N of Valid Cases	2359		

Chi-Square Test - na de opname					
Dat_vit	Z_vit		Value	Df	Asymp. Sig. (2-sided)
Na de overname	Andere	Pearson Chi-Square	17,644 <sup>e</sup>	5	,003
		Likelihood Ratio	16,613	5	,005
		Linear-by-Linear Association	5,060	1	,024
		N of Valid Cases	1400		
	Vitaya	Pearson Chi-Square	2,776 <sup>f</sup>	4	,596
		Likelihood Ratio	3,862	4	,425
		Linear-by-Linear Association	2,216	1	,137
		N of Valid Cases	29		
	Total	Pearson Chi-Square	19,944 <sup>d</sup>	5	,001
		Likelihood Ratio	18,719	5	,002
		Linear-by-Linear Association	6,356	1	,012
		N of Valid Cases	1429		
a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 50,02.					
b. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 49,71.					
c. 8 cells (66,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,26.					
d. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 21,91.					
e. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 21,59.					
f. 8 cells (80,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,21.					

## VIER

Uit deze tabel blijkt dat voor de overname vooral Het Belang van Limburg en Het Laatste Nieuws vaak VIER vermeldden in hun titel, rond de 24 percent van alle artikels over deze zender. Het Nieuwsblad haalt een aanzienlijk lager aandeel, namelijk 11,9 percent. Ook De Morgen en De Standaard schommelen rond dit getal, waarbij het dagblad van Corelio een iets hoger aandeel haalt dan de variant van De Persgroep. Na de overname valt het op dat zowel het aandeel van De Standaard als van Het Nieuwsblad stijgt. Bij De Standaard blijft het beperkt tot een kleine drie percent, maar bij Het Nieuwsblad nemen we een toename waar tot 20,6 percent. Hierdoor haalt dit dagblad weliswaar nog steeds een lager aandeel dan haar concurrent, maar het verschil tussen beide neemt aanzienlijk af.

Kruistabel Titel * Krant * Zender VIER – Voor de overname										
Z_VIER				Krant						Total
				DS	DM	NB	HLN	GvA	HBvL	
Andere	Titel	Nee	Count	293	274	320	345	294	298	1824
			% within Krant	91,3%	83,8%	86,7%	80,4%	89,4%	85,1%	85,8%
		Ja	Count	28	53	49	84	35	52	301
			% within Krant	8,7%	16,2%	13,3%	19,6%	10,6%	14,9%	14,2%
	Total	Count	321	327	369	429	329	350	2125	
		% within Krant	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
VIER	Titel	Nee	Count	21	32	37	46	29	28	193
			% within Krant	87,5%	88,9%	88,1%	76,7%	82,9%	75,7%	82,5%
		Ja	Count	3	4	5	14	6	9	41
			% within Krant	12,5%	11,1%	11,9%	23,3%	17,1%	24,3%	17,5%
	Total	Count	24	36	42	60	35	37	234	
		% within Krant	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
Total	Titel	Nee	Count	314	306	357	391	323	326	2017
			% within Krant	91,0%	84,3%	86,9%	80,0%	88,7%	84,2%	85,5%
		Ja	Count	31	57	54	98	41	61	342
			% within Krant	9,0%	15,7%	13,1%	20,0%	11,3%	15,8%	14,5%
	Total	Count	345	363	411	489	364	387	2359	
		% within Krant	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	



Kruistabel Titel * Krant * Zender Vier – Na de overname										
				DS	DM	NB	HLN	GvA	HBvL	Total
Andere	Titel	Nee	Count	116	170	194	219	214	163	1076
			% within Krant	86,6%	89,5%	84,0%	89,0%	87,3%	75,8%	85,3%
		Ja	Count	18	20	37	27	31	52	185
			% within Krant	13,4%	10,5%	16,0%	11,0%	12,7%	24,2%	14,7%
	Total	Count	134	190	231	246	245	215	1261	
		% within Krant	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
VIER	Titel	Nee	Count	11	31	27	19	31	21	140
			% within Krant	84,6%	88,6%	79,4%	73,1%	88,6%	84,0%	83,3%
		Ja	Count	2	4	7	7	4	4	28
			% within Krant	15,4%	11,4%	20,6%	26,9%	11,4%	16,0%	16,7%
	Total	Count	13	35	34	26	35	25	168	
		% within Krant	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
Total	Titel	Nee	Count	127	201	221	238	245	184	1216
			% within Krant	86,4%	89,3%	83,4%	87,5%	87,5%	76,7%	85,1%
		Ja	Count	20	24	44	34	35	56	213
			% within Krant	13,6%	10,7%	16,6%	12,5%	12,5%	23,3%	14,9%
	Total	Count	147	225	265	272	280	240	1429	
		% within Krant	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Hoewel er hier toch een zeker verband schijnt te zijn, geeft de significantietoets een waarde aan van 0,586. We mogen dus niet aannemen dat dit verband niet door toeval veroorzaakt kan zijn.

Chi-Square Tests					
dat_vit	Z_VIER		Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Voor de overname	Andere	Pearson Chi-Square	23,032 <sup>b</sup>	5	,000
		Likelihood Ratio	23,391	5	,000
		Linear-by-Linear Association	1,772	1	,183
		N of Valid Cases	2125		
	VIER	Pearson Chi-Square	4,950 <sup>c</sup>	5	,422
		Likelihood Ratio	4,999	5	,416
		Linear-by-Linear Association	2,955	1	,086
		N of Valid Cases	234		
	Total	Pearson Chi-Square	25,186 <sup>a</sup>	5	,000
		Likelihood Ratio	25,440	5	,000
		Linear-by-Linear Association	3,380	1	,066
		N of Valid Cases	2359		
1 Na de overname	0 Andere	Pearson Chi-Square	22,135 <sup>e</sup>	5	,000
		Likelihood Ratio	20,516	5	,001
		Linear-by-Linear Association	7,137	1	,008
		N of Valid Cases	1261		
	1 VIER	Pearson Chi-Square	3,752 <sup>f</sup>	5	,586
		Likelihood Ratio	3,625	5	,605
		Linear-by-Linear Association	,008	1	,929
		N of Valid Cases	168		
	Total	Pearson Chi-Square	19,944 <sup>d</sup>	5	,001
		Likelihood Ratio	18,719	5	,002
		Linear-by-Linear Association	6,356	1	,012
		N of Valid Cases	1429		
<p>a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 50,02.</p> <p>b. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 45,47.</p> <p>c. 1 cells (8,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4,21.</p> <p>d. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 21,91.</p> <p>e. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 19,66.</p> <p>f. 3 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,17.</p>					

VIJF

Kruistabel Titel * Krant * Zender VIJF – Voor de overname										
Z_VIJF			Krant waarin het artikel verschenen is							Total
			DS	DM	NB	HLN	GvA	HBvL		
Andere	Titel	Nee	Count	309	290	349	383	304	314	1949
			% within Krant	90,9%	84,3%	86,6%	80,0%	88,1%	83,7%	85,3%
		Ja	Count	31	54	54	96	41	61	337
			% within Krant	9,1%	15,7%	13,4%	20,0%	11,9%	16,3%	14,7%
	Total	Count	340	344	403	479	345	375	2286	
		% within Krant	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
VIJF	Titel	Nee	Count	5	16	8	8	19	12	68
			% within Krant	100,0%	84,2%	100,0%	80,0%	100,0%	100,0%	93,2%
		Ja	Count	0	3	0	2	0	0	5
			% within Krant	0,0%	15,8%	0,0%	20,0%	0,0%	0,0%	6,8%
	Total	Count	5	19	8	10	19	12	73	
		% within Krant	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
Total	Titel	Nee	Count	314	306	357	391	323	326	2017
			% within Krant	91,0%	84,3%	86,9%	80,0%	88,7%	84,2%	85,5%
		Ja	Count	31	57	54	98	41	61	342
			% within Krant	9,0%	15,7%	13,1%	20,0%	11,3%	15,8%	14,5%
	Total	Count	345	363	411	489	364	387	2359	
		% within Krant	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Kruistabel Titel * Krant * Zender VIJF – Na de overname										
			Krant						Total	
			DS	DM	NB	HLN	GvA	HBvL		
Andere	Titel	Nee	Count	120	191	218	232	231	170	1162
			% within Krant	85,7%	89,7%	83,5%	87,9%	89,5%	78,3%	85,9%
		Ja	Count	20	22	43	32	27	47	191
			% within Krant	14,3%	10,3%	16,5%	12,1%	10,5%	21,7%	14,1%
	Total	Count	140	213	261	264	258	217	1353	
		% within Krant	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
VIJF	Titel	Nee	Count	7	10	3	6	14	14	54
			% within Krant	100,0%	83,3%	75,0%	75,0%	63,6%	60,9%	71,1%
		Ja	Count	0	2	1	2	8	9	22
			% within Krant	0,0%	16,7%	25,0%	25,0%	36,4%	39,1%	28,9%
	Total	Count	7	12	4	8	22	23	76	
		% within Krant	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
Total	Titel	Nee	Count	127	201	221	238	245	184	1216
			% within Krant	86,4%	89,3%	83,4%	87,5%	87,5%	76,7%	85,1%
		Ja	Count	20	24	44	34	35	56	213
			% within Krant	13,6%	10,7%	16,6%	12,5%	12,5%	23,3%	14,9%
	Total	Count	147	225	265	272	280	240	1429	
		% within Krant	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Omwille van de beperkte cijfers, moeten we ook hier erg voorzichtig zijn met het formuleren van een uitspraak. Voor de overname zien we dat enkel De Morgen (15,7 percent) en Het Laatste Nieuws (20 percent) verwijzen naar VIJF in de titel. Na de overname vinden we enkel bij De Standaard nog steeds geen titelverwijzing terug. Vooral de Gazet van Antwerpen en Het Belang van Limburg halen met 36,4 en 39,1 percent een vrij hoog aandeel. Bij Het Nieuwsblad merken we een percentage van 25 percent op, dat echter slechts de relatieve vertaling is van één artikel. Zoals verwacht bij dergelijke lage aantallen, mogen we de Chi<sup>2</sup>-test niet gebruiken. We veronderstellen op basis van bovenstaande tabel echter geen verband wat betreft VIJF.

Chi-Square Tests – voor de overname					
dat_vit	Z_VIJF		Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Voor de overname	Andere	Pearson Chi-Square	23,025 <sup>b</sup>	5	,000
		Likelihood Ratio	23,386	5	,000
		Linear-by-Linear Association	4,260	1	,039
		N of Valid Cases	2286		
	VIJF	Pearson Chi-Square	8,326 <sup>c</sup>	5	,139
		Likelihood Ratio	9,877	5	,079
		Linear-by-Linear Association	1,834	1	,176
		N of Valid Cases	73		
	Total	Pearson Chi-Square	25,186 <sup>a</sup>	5	,000
		Likelihood Ratio	25,440	5	,000
		Linear-by-Linear Association	3,380	1	,066
		N of Valid Cases	2359		
Na de overname	Andere	Pearson Chi-Square	17,608 <sup>e</sup>	5	,003
		Likelihood Ratio	16,854	5	,005
		Linear-by-Linear Association	2,595	1	,107
		N of Valid Cases	1353		
	VIJF	Pearson Chi-Square	5,571 <sup>f</sup>	5	,350
		Likelihood Ratio	7,516	5	,185
		Linear-by-Linear Association	5,140	1	,023
		N of Valid Cases	76		
	Total	Pearson Chi-Square	19,944 <sup>d</sup>	5	,001
		Likelihood Ratio	18,719	5	,002
		Linear-by-Linear Association	6,356	1	,012
		N of Valid Cases	1429		
a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 50,02.					
b. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 50,12.					
c. 7 cells (58,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,34.					
d. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 21,91.					
e. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 19,76.					
f. 6 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,16.					

ACHT

Kruistabel Titel * Krant * Zender Acht										
Z_Acht			Krant						Total	
			DS	DM	NB	HLN	GvA	HBvL		
Andere	Titel	Nee	Count	200	232	334	320	331	277	1694
			% within Krant	88,9%	89,2%	85,9%	84,7%	88,0%	81,7%	86,1%
		Ja	Count	25	28	55	58	45	62	273
			% within Krant	11,1%	10,8%	14,1%	15,3%	12,0%	18,3%	13,9%
	Total	Count	225	260	389	378	376	339	1967	
		% within Krant	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
Acht	Titel	Nee	Count	8	6		1	11	7	33
			% within Krant	100,0%	100,0%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	Total	Count	8	6		1	11	7	33	
		% within Krant	100,0%	100,0%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
Total	Titel	Nee	Count	208	238	334	321	342	284	1727
			% within Krant	89,3%	89,5%	85,9%	84,7%	88,4%	82,1%	86,4%
		Ja	Count	25	28	55	58	45	62	273
			% within Krant	10,7%	10,5%	14,1%	15,3%	11,6%	17,9%	13,6%
	Total	Count	233	266	389	379	387	346	2000	
		% within Krant	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Uit bovenstaande tabel blijkt dat geen van de dagbladen naar Acht verwijst in de titel.

WOESTIJNVIS

Tot slot beschouwen we dan nog de Woestijnvisproducties.

Kruistabel Titel * Krant * Woestijnvis										
Wstnvis			Krant						Total	
			DS	DM	NB	HLN	GvA	HBvL		
Nee	Titel	Nee	Count	320	358	417	469	440	412	2416
			% within Krant	88,6%	87,3%	86,0%	83,9%	88,5%	81,6%	85,8%
		Ja	Count	41	52	68	90	57	93	401
			% within Krant	11,4%	12,7%	14,0%	16,1%	11,5%	18,4%	14,2%
	Total	Count	361	410	485	559	497	505	2817	
		% within Krant	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
Ja	Titel	Nee	Count	35	39	53	32	33	27	219
			% within Krant	92,1%	79,6%	84,1%	76,2%	89,2%	81,8%	83,6%
		Ja	Count	3	10	10	10	4	6	43
			% within Krant	7,9%	20,4%	15,9%	23,8%	10,8%	18,2%	16,4%
	Total	Count	38	49	63	42	37	33	262	
		% within Krant	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
Total	Titel	Nee	Count	355	397	470	501	473	439	2635
			% within Krant	89,0%	86,5%	85,8%	83,4%	88,6%	81,6%	85,6%
		Ja	Count	44	62	78	100	61	99	444
			% within Krant	11,0%	13,5%	14,2%	16,6%	11,4%	18,4%	14,4%
	Total	Count	399	459	548	601	534	538	3079	
		% within Krant	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Van alle Woestijnvisprogramma's waarover de kranten schrijven, vinden we het hoogste aantal vermeldingen in de titel terug bij Het Laatste Nieuws. Met 23,8 percent vernoemen zij heel wat vaker een dergelijk programma in de titel dan Het Nieuwsblad met 15,9 percent. Ook tussen De Morgen en De Standaard zien we een groot verschil: 7,9 (DS) tegenover 20,4 percent (DM). Bekijken we de Chi<sup>2</sup>-test, dan zien we dat we niet mogen veronderstellen dat er een verband is tussen beiden.

Chi-Square Tests				
Wstnvs		Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Nee	Pearson Chi-Square	15,214 <sup>b</sup>	5	,009
	Likelihood Ratio	15,013	5	,010
	Linear-by-Linear Association	5,794	1	,016
	N of Valid Cases	2817		
Ja	Pearson Chi-Square	5,190 <sup>c</sup>	5	,393
	Likelihood Ratio	5,477	5	,360
	Linear-by-Linear Association	,302	1	,583
	N of Valid Cases	262		
Total	Pearson Chi-Square	17,241 <sup>a</sup>	5	,004
	Likelihood Ratio	17,216	5	,004
	Linear-by-Linear Association	5,763	1	,016
	N of Valid Cases	3079		
a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 57,54.				
b. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 51,39.				
c. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 5,42.				



## 5 CONCLUSIE

In onze analyse hebben we heel wat tegenstrijdige resultaten gevonden. Ook zijn we vaak geconfronteerd met te veel lage celfrequenties en niet-significante verbanden, veroorzaakt door het kleine aantal gegevens over sommige zenders. Hierdoor is er geen eenduidig positief of negatief antwoord te formuleren op onze onderzoeksvragen. We lichten de gevonden resultaten even kritisch door en trachten op basis daarvan tot een zo volledig en correct mogelijk besluit te komen.

Onze eerste onderzoeksvraag hebben we op twee verschillende manier benaderd. De eerste analyse die we uitgevoerd hebben was ook meteen de meest voor de hand liggende. We zijn gaan kijken of er over zenders meer geschreven wordt door de dagbladen die tot dezelfde mediagroep behoren, dan door andere. Hierbij valt het op dat we enkel bij de zenders die sinds het begin van onze dataverzameling in handen waren van eenzelfde mediagroep, namelijk 2BE en VTM, een geldig verband zien dat aansluit bij onze verwachtingen. Dit geldt ook voor het productiehuis Woestijnvis, dat eveneens niet van eigenaar veranderd is. Bij alle drie neemt de sterkte van dit verband ook toe wanneer we de artikels die niet expliciet over televisie gaan eruit filteren. Bij VIER en Acht vermoeden we ook een dergelijk verband, maar dit is bij beiden niet significant. Bij de zenders VIJF en Vitaya daarentegen, lijkt het gedeelde eigenaarschap geen invloed te hebben op de berichtgeving. Het valt hierbij vooral op dat de Concentrakranten Het Belang van Limburg en De Gazet van Antwerpen relatief veel artikels publiceren over deze zenders, iets wat we ook (in mindere mate) opmerken bij 2BE. Vervolgens zijn we nagegaan of de artikels over zenders van dezelfde mediagroep gemiddeld langer zijn dan andere. Hier konden we geen geldig verband vinden. Wel ontdekten we dat artikels over VTM significant in lengte verschillen van artikels over VIJF, ongeacht de krant waarin deze verschijnen.

Om een antwoord te vinden op onze tweede onderzoeksvraag, namelijk ‘wordt er over televisiezenders significant positiever geschreven in dagbladen die in handen zijn van dezelfde eigenaar dan door andere dagbladen?’ , hebben we drie verschillende analyses uitgevoerd. De eerste, opnieuw meest voor de hand liggende manier, was door na te gaan of dagbladen significant meer positieve en minder negatieve artikels publiceren over de zenders uit dezelfde mediaportefeuille. Dit levert in de meeste gevallen gelijkaardige resultaten op. Zo zien we opnieuw bij de zenders VIER en Acht een tendens die aansluit bij onze

verwachtingen, maar geeft de significantietoets een te grote overschrijdingskans aan. Bij Vitaya en VIJF valt wederom het grote aandeel positieve berichtgeving in de Concentrkranten op. Bij de twee grootste VMMA-zenders en de Woestijnvisprogramma's daarentegen, zien we nu geen eenduidig verband meer. Bij VTM is de waarde van Cramer's V zo laag dat het verwaarloosbaar is, bij de andere twee vinden we zelfs helemaal geen significant verband meer. Wanneer we enkel de artikels opnemen die expliciet over televisie gaan, lijkt er een tendens naar boven te komen die iets meer in de richting van een positief antwoord op de onderzoeksvraag wijst, maar echt wezenlijke verschillen geeft dit niet.

Daarnaast hebben we ook het aantal tv-tips beschouwd en een gelijkaardige analyse uitgevoerd als bij de eerste benadering van onze eerste onderzoeksvraag. Hierbij zagen we opnieuw een significant verband bij VTM en 2BE. De relatie tussen de twee variabelen is niet erg sterk, maar zou waarschijnlijk sterker zijn indien er in de Concentrkranten niet zo veel tv-tips over deze laatste zender verschenen zouden zijn. Bij VIER vermoeden we zoals voorheen een verband, maar treffen we weer een te hoge overschrijdingskans aan. Hetzelfde doet zich voor bij de Woestijnvisproducties, aangezien we maar weinig tv-tips over deze programma's gevonden hebben. Wat betreft Vitaya en VIJF zien we ook hier duidelijk de invloed van de berichtgeving in de Concentrkranten. Voor Acht tot slot, lijkt het er niet meteen op dat Het Belang van Limburg en De Gazet van Antwerpen meer tv-tips publiceren, maar het aantal verzamelde artikels erg klein.

Tot slot zijn we ook nagegaan of dagbladen zenders die behoren tot dezelfde mediagroep vaker vermelden in de titel dan andere dagbladen. Waar we bij VTM eerst nog een verband vermoeden, hoewel dit niet significant blijkt te zijn, wordt dit weggefilterd wanneer we enkel de artikels opnemen die expliciet over televisie gaan. Voor 2BE lijkt er sowieso geen verband te bestaan. Ook bij VIJF, Vitaya en Woestijnvis vinden we geen indicatie die onze veronderstellingen ondersteunt en over Acht kunnen we zelfs geen uitspraak doen, aangezien we geen enkele vermelding in de titel hebben teruggevonden. Enkel bij VIER lijkt er nog een mogelijk verband te zijn, maar dat blijkt ook bij deze laatste test niet veralgemeenbaar te zijn.

In deze resultaten zijn toch enkele opmerkelijke tendensen terug te vinden. Zo vinden we het vaakst een significant verband terug bij de zenders en het productiehuis die het langst in handen zijn van dezelfde eigenaar. Bij de relatief nieuwe zender Acht en het recent overgenomen VIER vermoeden we meestal een verband, maar omwille van het te laag aantal

actoren dat we hierover gevonden hebben – wat in het geval van VIER vooral veroorzaakt wordt door het feit dat de periode na de overname relatief kort is – kunnen we dit nooit statistisch bewijzen. Bovendien ging met de overname van VIER heel wat commotie gepaard, waardoor deze zender sowieso nieuwswaardiger werd en we zien dat na de overname bijna elke krant een groter aandeel van haar berichtgeving over televisie aan deze zender besteedt. Dit heeft vermoedelijk het resultaat bij de eerste test van de eerste onderzoeksvraag vertekend. Bij de kleinere zenders Vitaya en VIJF, en in mindere mate ook bij 2BE, merken we iets anders opvallend op, namelijk dat de Gazet van Antwerpen en Het Belang van Limburg over deze zenders relatief veel en ook opmerkelijk positief schrijven in vergelijking met de andere dagbladen. Deze zijn echter niet in handen van Concentra. Op basis van onze literatuurstudie zouden we kunnen vermoeden dat dit te wijten valt aan de voorkeuren van het publiek dat deze twee dagbladen leest. Wat VIJF en Vitaya immers gemeenschappelijk hebben, is dat ze beide erg veel lifestyle- en realityprogramma's uitzenden. Aangezien journalisten tijdens het nieuwsselectieproces ook rekening houden met wat het publiek graag leest, lijkt dit de meest voor de hand liggende verklaring.

Gieten we bovenstaande vaststellingen in een conclusie, dan kunnen we volgende antwoorden formuleren op de gevonden onderzoeksvragen.

#### *Eerste onderzoeksvraag*

De Morgen en Het Laatste Nieuws berichten significant meer over VTM en Kanaaltwee dan andere dagbladen. Bij de Coreliokranten De Standaard en De Morgen konden we dan weer opmerken dat zij relatief meer schrijven over Woestijnvisprogramma's. Bij beiden is het verband echter niet bijzonder sterk. Dit kunnen we verklaren door het feit dat er heel wat andere factoren zijn die de nieuwsberichtgeving bepalen, zoals we in onze literatuurstudie aangetoond hebben. Bij VIER en Acht vonden we indicaties voor een verband, maar deze konden we niet statistisch aantonen. Wat betreft de gemiddelde lengte van de artikels, vonden we geen significant effect.

#### *Tweede onderzoeksvraag*

Uit onze analyse is niet duidelijk gebleken dat een bepaalde krant significant positiever bericht over de eigen zenders dan over andere. Enkel bij VIER en Acht zijn er aanwijzingen voor een verband, maar er zijn meer gegevens nodig om hierover een uitspraak te kunnen doen. Ook bij Woestijnvis zijn er indicaties, maar daar ligt het aandeel positieve berichtgeving

in elke krant erg hoog. Aangezien de kwaliteit van deze programma's meestal gelauwerd wordt en deze bij een groot publiek in de smaak vallen, is dit resultaat dus niet verwonderlijk. Beschouwen we het aantal, dat de dagbladen geschreven hebben over de verschillende zenders, dan stellen we vast dat ook hier De Morgen en Het Laatste Nieuws significant meer van dergelijke artikels publiceren over VMMA-zenders VTM en 2BE dan hun concurrenten. Bij de andere zenders beschikten we meestal over te weinig gegevens om een gegronde uitspraak te kunnen doen. Tot slot gingen we ook na of kranten hun eigen zenders vaker in de titel vernoemden dan de andere dagbladen. Dit blijkt geen significante verschillen op te leveren.

## 6 DISCUSSIE

Met dit onderzoek hebben we zoals verhoopt kunnen aantonen dat crosspromotie voorkomt binnen de Vlaamse kranten- en televisiemarkt. Dit blijkt echter het duidelijkst naar voren te komen wanneer de twee mediaproducten al langere tijd aan dezelfde eigenaar toebehoren. Daarnaast vonden we nergens een erg sterk verband en vielen er soms tegenstrijdige tendensen waar te nemen, wat aantoont dat het nieuwsselectieproces zeker niet in erg grote mate bepaald wordt door de nood om de eigen producten uit te dragen en zo een groter marktaandeel te verwerven. Deze studie is echter zeer beperkt en meer onderzoek is nodig om een vollediger beeld te krijgen van de Vlaamse situatie. Zo ontbrak het ons, ondanks de grote steekproef, vaak aan gegevens over de kleinere zenders, waardoor we hierover geen statistisch significante uitspraken konden doen. Daarnaast zijn de overnames van VIER, VIJF en Vitaya, evenals het ontstaan van de zender Acht, nog niet zo enorm lang geleden. Aangezien onze dataverzameling gebeurde met intervallen van drie jaar, hebben we eigenlijk een onvolledig beeld van de situatie bij deze zenders. Het zou interessant zijn om in een gelijkaardig onderzoek meer te focussen op recentere berichtgeving, zodat het ook voor deze zenders mogelijk is om een veralgemeenbaar besluit te kunnen trekken.

Daarnaast heeft de toegankelijke persdatabank Mediargus, waar we nu onze artikels uit verzameld hebben, enkele nadelen. Zo hebben we om het haalbaar te houden gewerkt met zoektermen tijdens de datavergaring, de namen van de zenders. Hierdoor zijn we heel wat kostbare informatie misgelopen, aangezien de zender niet altijd vermeld wordt wanneer het over een programma gaat. Daarnaast kan het ook boeiend zijn om te kijken naar berichten over de mediagroepen zelf en kan op die manier wel betrouwbare informatie gevonden over de aanwezigheid van een foto. Daarenboven zou een aanvullende kwalitatieve inhoudsanalyse ook rijkere informatie kunnen bieden over de manier waarop er net geschreven wordt over de verschillende zenders. Kwantitatieve data zijn nuttig om de belangrijkste tendensen in kaart te brengen, maar met behulp van bijvoorbeeld framinganalyse zou er beter aangetoond kunnen worden hoe men een bepaalde actor exact in beeld brengt. In dit onderzoek is reeds getracht dit kwalitatieve luik in zekere mate te betrekken doormiddel van de variabele ‘toon’ maar tijdens het coderingsproces is toch gebleken dat bepaalde artikels niet altijd eenduidig als positief of negatief te klasseren vallen.

Ondanks de beperkingen van dit onderzoek, hopen we toch een nuttige bijdrage geleverd te kunnen hebben aan het wetenschappelijk onderzoek. De toenemende eigendomsconcentratie en de gevaren die dit inhoudt voor het mediapluralisme, is en blijft een actueel onderwerp. Het is dan ook belangrijk dat onderzoekers kritisch blijven toekijken hoe deze tendensen zich ontwikkelen, om een open en democratisch debat in de media te kunnen blijven garanderen.

## 7 BIBLIOGRAFIE

- Albarran, A.B. (2010). *The Media Economy*. New York: Routledge.
- Altschull, J.H. (1984). *Agents of Power: The role of the news media in human affairs*. New York: Longman.
- Arsenault, A. & Castells, M. (2008). Switching power: Rupert Murdoch and the global business of media politics: a sociological analysis, *International Sociology*, 23(4): 488-513.
- Bourgeois, G. (2006). *Beleidsbrief Media. Beleidsprioriteiten 2006-2007*. Brussel: Vlaams Parlement
- Centrum voor Informatie over de Media (2012). *CIM TV Marktaandeelen 2012*. Retrieved from <http://www.cim.be/media/Televisie/Openbare%20resultaten>
- Corelio en Concentra bundelen de krachten. (2013, 26 juni). *De Standaard*, retrieved from [http://www.standaard.be/cnt/dmf20130626\\_00637403](http://www.standaard.be/cnt/dmf20130626_00637403)
- De Bens, E. (1997). *De pers in België: het verhaal van de Belgische dagbladpers gisteren, vandaag en morgen*. Tielt: Lannoo.
- Deemers, D. (2002). *Global Media: Menace or Messiah?* New Jersey: Hampton.
- Desmet, D. (2011). Essay on the economics of mediaplatforms. Niet gepubliceerd doctoraatsproefschrift, Katholieke Universiteit Leuven.
- De Vocht, A. (2010). *Basishandboek SPSS 18*. Bijleveld Press: Utrecht.
- Doyle, G. (2002a). *Media ownership*. London: Sage.
- Doyle, G. (2002b). *Understanding media economics*. London: Sage.
- Gans, H.J. (1979). *Deciding what's news: a study of CBS evening news, NBC nightly news, Newsweek and Time*. New York: Pantheon Books.
- Gilens, M. & Hertzman, C. (2000). Corporate ownership and news bias: newspaper coverage of the 1996 Telecommunications Act, *The journal of politics*, 62(2): 369-386.
- Golding, P. & Murdock, G. (2000). Culture communications and political economy (4th ed.). In: J. Curran & M. Gurevitch (Eds.), *Mass media and society* (pp. 70-92 ). London: Arnold.

- Hamilton, J. (2004). *All the news that's fit to sell: how the market transforms information into news* (4th ed.). Princeton, N.J.: Princeton University Press.
- Harcup, T. & O'Neill D. (2001). What is news? Galtung and Ruge revisited. *Journalism Studies*, 2(2): 261-280.
- Hartley, J. (1982). *Understanding news*. London: Methuen.
- Herman, E. & Chomsky, N. (1988). *Manufacturing consent: the political economy of the mass media*. New York: Pantheon Books.
- McKnight, D. (2003). A world hungry for a new philosophy: Rupert Murdoch and the rise of neoliberalism, *Journalism Studies* 4(3): 347-358.
- McKnight, D. (2010) A change in the climate? The journalism of opinion at News Corporation, *Journalism*, 11(6): 693–706.
- McManus, J.H. (1994) *Market-driven journalism: let the citizens beware?* London: Sage.
- McQuail, D. (1994). *Mass communication theory* (3th ed). London: Sage.
- Mortelmans, D. & Dehertogh, B. (2008). *SPSS in onderzoek*. Acco: Leuven.
- Murdock, G. (2001). Political Economy of Mass Media. In *International Encyclopedia of the Social and Behavioral Sciences* (p. 9358 – 9363). Retrieved from: <http://dx.doi.org/10.1016/B0-08-043076-7/04345-X>.
- Picard, R.G. (1988). *Press concentration and monopoly: newspaper ownership and operation*. Norwood, N.J.: Ablex.
- Picard, R.G. (2004). Commercialism and newspaper quality, *Newspaper Research Journal*, 25(1): 54-65.
- Rolland, A. (2006). Commercial news criteria and investigative journalism, *Journalism Studies*, 2(2): 261-280.
- Schaudt, S. & Carpenter, S. (2009). The news that's fit to click: an analysis of online news values and preferences present in the most-viewed stories on azcentral.com, *Southwestern Mass Communication Journal*, 24(2): 17-26.
- Shoemaker, P.J. (1991). *Gatekeeping*. London: Sage.



Shoemaker, P.J. & Reese, S.D. (1991). *Mediating the message: theories of influence on mass media content*. London: Longman.

Studiedienst van de Vlaamse Regering (2011). *Evolutie van het marktaandeel van de tv-zenders in de Vlaamse Gemeenschap (1989 – 2011)*. Retrieved from:  
<http://aps.vlaanderen.be/sgml/largereeksen/idnr.htm>.

Tunstall, J. (1970). *Media sociology*. London: Constable.

Vlaamse Regulator voor de Media (2009). *Mediaconcentratie in Vlaanderen. Rapport 2009*. Brussel: Vlaamse Overheid.

Vlaamse Regulator voor de Media (2012). *Mediaconcentratie in Vlaanderen. Rapport 2012*. Brussel: Vlaamse Overheid.

## 8 BIJLAGEN

### Bijlage 1

#### Overzicht particuliere televisiezenders 2009

Naam	Aanbieder	KBO-nummer
2BE	VMMa	0432306234
Acht	Bites Europe NV	0466252967
ActuaTV	ActuaTV BVBA	0859875603
Anne	VMMa NV	0432306234
AS10TV	Icon Europe BVBA	0470507408
ASKTV	Icon Europe BVBA	0470507408
Belgacom11	Skynet iMotions Activities NV	0875092626
Belgacom11 PPV	Skynet iMotions Activities NV	0875092626
Belgacom Adrenaline	Skynet iMotions Activities NV	0875092626
Belgacom Family	Skynet iMotions Activities NV	0875092626
Belgacom Première	Skynet iMotions Activities NV	0875092626
Berat TV*	Icon Europe BVBA	0470507408
Best of TV*	Box Entertainment BVBA	0882839857
BoxTV*	Box Entertainment BVBA	0882839857
BoxTV (plus één uur)*	Box Entertainment BVBA	0882839857
Campus TV	Icon Europe BVBA	0470507408
Carrousel	Telenet NV	0439840857
Euro 1080	Euro 1080 NV	0859634774
Event TV	Event TV Vlaanderen NV	0463909428
Exqi Intro	Euro 1080 NV	0859634774
Exqi Culture	Euro 1080 NV	0859634774
Exqi Sport	Euro 1080 NV	0859634774
FX iTV	Icon Europe BVBA	0470507408
GunkTV	Telenet NV	0439840857
JIM	VMMa NV	0432306234
Kanaal Z	Belgian Business Television NV	0461874705
Kust Televisie	Kust Televisie VZW	0877211184

Life!TV	Life!TV Broadcasting Company NV	0873859736
M ON TV	Icon Europe BVBA	0470507408
Manolya TV	Icon Europe BVBA	0470507408
MAX TV	Icon Europe BVBA	0470507408
MMC TV	Icon Europe BVBA	0470507408
Move-on*	Prime Projects Media Group NV	0448868587
OkayTV*	Okay Media TV NV	0434313441
Plus TV*	Telenet NV	0439840857
Prime Action	Telenet NV	0439840857
Prime Action +1	Telenet NV	0439840857
Prime Fezztival	Telenet NV	0439840857
Prime Series	Telenet NV	0439840857
Prime Sport	Telenet NV	0439840857
Prime Sport 2	Telenet NV	0439840857
Prime Star	Telenet NV	0439840857
Prime Star +1	Telenet NV	0439840857
S TV	Vlamex BVBA	0867273634
SON TV	Icon Europe BVBA	0470507408
Studio100 TV	Telenet NV	0439840857
TARAFTAR TV	Icon Europe BVBA	0470507408
Tatil TV	Icon Europe BVBA	0470507408
TMF	MTV Networks Belgium BVBA	0464213393
TMF Live HD	MTV Networks Belgium BVBA	0464213393
TV9*	Newscasters VOF	Geen KBO- nummer
VijfTV	SBS Belgium NV	0473307540
Vitaliteit	Media ad infinitum NV	0461344866
Vitaya	Media ad infinitum NV	0461344866
VT4	SBS Belgium NV	0473307540
VTM	VMMa NV	0432306234
VTMKzoom	VMMa NV	0432306234

VTMZomer/Kerst*	VMMa NV	0432306234
Wonen*	Media ad infinitum NV	0461344866
X1 TV	Icon Europe BVBA	0470507408
Yurdum Fit TV	Icon Europe BVBA	0470507408
ZOOM	Skynet iMotions Activities NV	0875092626

(VRM, 2009)

## Bijlage 2

### Overzicht van de particuliere televisiezenders 2012

Aanbieder	KBO-nummer	Naam zender
Actua TV BVBA	0859875603	Actua TV
Belgacom NV		Kid Pass
Belgian Business Television	0461874705	Kanaal Z
Bites Europe NV	0466252967	Acht
Life!TV Broadcasting Company NV	0873859736	Life! TV
Lint Media	0859635774	Sport 10 Culture 7
Media ad infinitum	0461344866	Vitaya
Ment Media BVBA	0820484495	MENT tv
MTV Networks Belgium BVBA	0464213393	TMF
Mobistar		Mobistar selectie
Njam! NV	0830498855	Njam!
NTV NV		NTV
SBS Belgium	0473307540	VIER VIJF
Skynet iMotion activities	0875092626	ZOOM TV Overal Movie Me Belgacom 5 Belgacom 11+
Telenet	0439840857	Prime Star

		Prime Action Prime Series Prime Fezztival Sporting 1 Sporting 2 Prime Star +1 Prime Family Studio100 TV Sporting Golf Sporting 3 Sporting HD 1 Sporting HD 2 Sporting 4 Sporting 5 Sporting 6 Sporting 7 Sporting 8
Via Plaza NV	0818465610	Onze TV / Pink Ribbon TV
Vlamex NV	0867273634	Stories TV
VMMa	0432306234	VTM 2BE JIM Anne vtmKzoom vtmKzoom + Q-Music

(VRM, 2012)

### *Bijlage 3: Codeboek*

#### Gevolgde richtlijnen bij het coderen

##### *1) Welke artikels coderen?*

De algemene regel die gehanteerd zal worden is ‘alle artikels waarin een van de zenders die opgenomen zijn in ons onderzoek vernoemd worden’. Er zijn echter enkele uitzonderingen. We coderen de artikels niet indien het gaat om:

- Een lezersreactie
- Een rechtzetting van een fout in voorgaande berichtgeving
- Een vermelding in het overzicht van de televisieprogrammatie
- Publicatie van kijkcijfers zonder interpretatie of analyse
- Evenementen, recepten, verkoopcijfers van boeken of gelijkaardig
- Een artikel in het weekendmagazine

Daarnaast waren er nog enkele artikels waarbij een zender vermeld werd omwille van het gebruik van fotomateriaal dat door hun nieuwsredactie verzameld was. Uiteraard worden ook deze niet opgenomen in het onderzoek.

##### *2) Dubbele resultaten*

Wanneer we exact hetzelfde artikel meermaals terugvinden in de databank, hanteren we volgende richtlijnen:

- We coderen het artikel wel meermaals wanneer het verschenen is in verschillende krantentitels of in dezelfde krant, maar dan op een andere dag.
- We coderen het artikel niet meermaals wanneer het artikel verschenen is in verschillende edities van dezelfde krant.  
bv. in de Metropool-Stad en de Metropool-Zuid editie van de Gazet van Antwerpen.

-

## Variabelen

### 1) *Artikelnummer (Artnr)*

Code: getal van 1 tot ...

### 2) *Actornummer (Actnr)*

Nummering van de actoren binnen eenzelfde artikel

Code: getal van 1 tot ...

### 3) *Datum (Datum)*.

Code: dd/mm/jjjj

### 4) *Dag (Dag)*

Code: 1 = maandag (Ma)

2 = dinsdag (Di)

3 = woensdag (Woe)

4 = donderdag (Do)

5 = vrijdag (Vr)

6 = zaterdag (Za)

### 5) *Krant (Krant)*

Code: 1 = De Standaard (DS)

2 = De Morgen (DM)

3 = Het Nieuwsblad (NB)

4 = Het Laatste Nieuws (HLN)

5 = Gazet van Antwerpen (GvA)

6 = Het Belang van Limburg (HBvL)

### 6) *Paginnummer (Pagnr)*

Code = getal van 1 tot ...

7) *Type artikel (Typeart)*

- Code: 1 = Programma- of kijkcijferanalyse  
2 = Opiniestuk  
3 = Verslag  
4 = Satire  
5 = (Bewerkt) persbericht of verslag van een persconferentie  
6 = Interview  
7 = Tv-tip  
8 = Andere

8) *Onderwerp (Ond)*

Het onderscheid hierbij is niet altijd even duidelijk, maar bij twijfel of overlapping wordt gekozen voor de meest toepasselijke code.

- Code: 1= televisie in het algemeen  
2= meerdere zenders  
3 = één bepaalde zender  
4 = meerdere programma's  
5 = één bepaald programma  
6 = meerdere personen  
7 = één bepaald persoon  
99 = niet van toepassing / geen info

9) *Zender (Zend)*

- Code: 1 = Eén  
2 = Canvas  
3 = Ketnet  
4 = Op12  
5 = VTM  
6 = Kanaaltwee / 2BE  
7 = Vitaya  
8 = VT4 / VIER  
9 = VIJFtv / VIJF



10 = Acht

*10) Naam actor (Naamact)*

Enkel de actoren die relevant zijn voor het onderzoek worden opgenomen. Indien de actor een zender is, dient deze variabele oningevuld te blijven, aangezien we anders een dubbele codering krijgen (variabele 9).

Code: Tekst

**Variabelen 11 tot en met 17 dienen enkel ingevuld te worden indien de actor een programma is.**

*11) Afkomst programma (Afkprog)*

Code: 1 = Vlaanderen

2 = Nederland

3 = GB

4 = USA

5 = Canada

6 = Australië

7 = Andere

*12) Is het een Woestijnvis-productie? (Wstnvis)*

Code: 0 = nee

1 = ja

*13) Primetime programma? (Prime)*

Onder een primetime programma verstaan we alle programma's die uitgezonden worden tussen half acht en tien uur 's avonds, met uitzondering van de categorie 'kinderprogramma's'. Voor deze categorie beschouwen we van vijf tot zeven uur 's avonds als primetime. Voor een programma dat slechts deels gedurende deze meest uren valt, kijken we naar het aanvangsuur om te bepalen of het al dan niet als primetimeprogramma beschouwd moet worden.

Code: 0 = nee

1 = ja

14 ) *Genre (Genre)*

- Code: 1 = Actualiteitsprogramma  
2 = Animatie-/kinderprogramma  
3 = Cultuur-/Lifestyle-/ Reisprogramma  
4 = Documentaire of Reportage  
5 = Evenement (sport, festival, concert, ...)  
6 = Film  
7 = Humoristisch programma  
8 = Kookprogramma  
9 = Muziek-/Film-/Dans-/Gameprogramma  
10 = Reality  
11 = Scripted Reality  
12 = Serie  
13 = Showbizzprogramma  
14 = Soap  
15 = Spel-/ Quizprogramma  
16 = Sportprogramma  
17 = Talkshow  
18 = Duidingsprogramma  
19 = Telenovelle  
20 = Andere

15) *Frequentie programma (Freq)*

Hierbij wordt er geen rekening gehouden met herhalingen.

- Code: 1 = Dagelijks  
2 = Vijf of zes keer per week  
3 = Twee tot en met 4 keer per week  
4 = Wekelijks  
5 = Maandelijks  
6 = Jaarlijks

7 = Eenmalig

8 = Andere

*16) Uitzending programma (Uitz)*

Om te bepalen of het over welke uitzending het net gaat, nemen we het gehele seizoen ter vergelijking.

Code: 1 = eerste uitzending

2 = laatste uitzending

3 = andere

99 = geen info/ nvt

*17) Hoe verhoudt de verschijning van het artikel zich ten opzichte van het tv-programma?  
(Tijdpub)*

Code: 1 = dag van uitzending

2 = korte tijd voor uitzending (maximaal een week)

3 = korte tijd na uitzending (maximaal een week)

4 = langere tijd voor uitzending

5 = langere tijd na uitzending

99 = geen info / nvt

*18) Lengte van het artikel (Lengte)*

Dit zullen we meten aan de hand van het aantal woorden. Wanneer slechts een deel van een artikel gaat over ons onderwerp, nemen we enkele het aantal woorden van de desbetreffende paragrafen op.

Code: getal

*19) Wordt de actor vermeld in de titel? (Titel)*

Code: 0 = nee

1 = ja

20) *Is er een foto bijgevoegd bij het artikel? (Foto)?*

Code: 0 = nee

1 = ja

21) *Is televisie het hoofdonderwerp van dit artikel? (Tvhond)*

Code: 0 = nee

1 = ja

22) *Toon van het artikel ten aanzien van de actor? (Toon)*

Code: 1 = erg negatief

2 = negatief

3 = eerder negatief

4 = neutraal

5 = eerder positief

6 = positief

7 = erg positief

Bijlage 4: Bonferroni-test

Multiple Comparisons

Dependent Variable: Aantal woorden per actor

Bonferroni

(I) Zender	(J) Zender	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
1 Eén	2 Canvas	-18,30	15,557	1,000	-69,06	32,47
	3 Ketnet	-21,68	24,395	1,000	-101,29	57,93
	4 Op12	77,14	74,867	1,000	-167,18	321,45
	5 VTM	-34,37	12,926	,354	-76,56	7,81
	6 Kanaaltwee / 2BE	20,24	22,019	1,000	-51,61	92,10
	7 Vitaya	21,18	35,381	1,000	-94,28	136,64
	8 VT4 / VIER	13,14	17,619	1,000	-44,35	70,64
	9 VIJFtv / VIJF	57,32	26,136	1,000	-27,97	142,61
	10 Acht	-30,28	52,578	1,000	-201,86	141,29
	2 Canvas	1 Eén	18,30	15,557	1,000	-32,47
3 Ketnet		-3,38	25,597	1,000	-86,91	80,15
4 Op12		95,43	75,268	1,000	-150,19	341,05
5 VTM		-16,08	15,073	1,000	-65,27	33,11
6 Kanaaltwee / 2BE		38,54	23,344	1,000	-37,64	114,72
7 Vitaya		39,48	36,221	1,000	-78,72	157,68
8 VT4 / VIER		31,44	19,249	1,000	-31,38	94,26
9 VIJFtv / VIJF		75,61	27,262	,251	-13,35	164,58
10 Acht		-11,99	53,147	1,000	-185,42	161,45
3 Ketnet		1 Eén	21,68	24,395	1,000	-57,93
	2 Canvas	3,38	25,597	1,000	-80,15	86,91
	4 Op12	98,82	77,578	1,000	-154,35	351,98
	5 VTM	-12,70	24,089	1,000	-91,30	65,91
	6 Kanaaltwee / 2BE	41,92	29,967	1,000	-55,87	139,71
	7 Vitaya	42,86	40,805	1,000	-90,30	176,02
	8 VT4 / VIER	34,82	26,900	1,000	-52,96	122,60
	9 VIJFtv / VIJF	79,00	33,110	,769	-29,05	187,04
	10 Acht	-8,61	56,371	1,000	-192,56	175,35
	4 Op12	1 Eén	-77,14	74,867	1,000	-321,45
2 Canvas		-95,43	75,268	1,000	-341,05	150,19

	3 Ketnet	-98,82	77,578	1,000	-351,98	154,35
	5 VTM	-111,51	74,768	1,000	-355,50	132,48
	6 Kanaaltwee / 2BE	-56,89	76,864	1,000	-307,72	193,94
	7 Vitaya	-55,95	81,701	1,000	-322,57	210,66
	8 VT4 / VIER	-63,99	75,721	1,000	-311,09	183,11
	9 VIJFtv / VIJF	-19,82	78,143	1,000	-274,82	235,18
	10 Acht	-107,42	90,486	1,000	-402,70	187,86
	1 Eén	34,37	12,926	,354	-7,81	76,56
	2 Canvas	16,08	15,073	1,000	-33,11	65,27
	3 Ketnet	12,70	24,089	1,000	-65,91	91,30
	4 Op12	111,51	74,768	1,000	-132,48	355,50
5 VTM	6 Kanaaltwee / 2BE	54,62	21,679	,531	-16,13	125,36
	7 Vitaya	55,56	35,171	1,000	-59,22	170,33
	8 VT4 / VIER	47,52	17,193	,258	-8,59	103,62
	9 VIJFtv / VIJF	91,69*	25,850	,018	7,33	176,05
	10 Acht	4,09	52,437	1,000	-167,03	175,21
	1 Eén	-20,24	22,019	1,000	-92,10	51,61
	2 Canvas	-38,54	23,344	1,000	-114,72	37,64
	3 Ketnet	-41,92	29,967	1,000	-139,71	55,87
6	4 Op12	56,89	76,864	1,000	-193,94	307,72
Kanaaltwee / 2BE	5 VTM	-54,62	21,679	,531	-125,36	16,13
	7 Vitaya	,94	39,430	1,000	-127,73	129,61
	8 VT4 / VIER	-7,10	24,766	1,000	-87,92	73,72
	9 VIJFtv / VIJF	37,07	31,400	1,000	-65,39	139,54
	10 Acht	-50,53	55,384	1,000	-231,26	130,21
	1 Eén	-21,18	35,381	1,000	-136,64	94,28
	2 Canvas	-39,48	36,221	1,000	-157,68	78,72
	3 Ketnet	-42,86	40,805	1,000	-176,02	90,30
	4 Op12	55,95	81,701	1,000	-210,66	322,57
7 Vitaya	5 VTM	-55,56	35,171	1,000	-170,33	59,22
	6 Kanaaltwee / 2BE	-,94	39,430	1,000	-129,61	127,73
	8 VT4 / VIER	-8,04	37,153	1,000	-129,28	113,20
	9 VIJFtv / VIJF	36,13	41,869	1,000	-100,50	172,76
	10 Acht	-51,47	61,923	1,000	-253,54	150,60
	1 Eén	-13,14	17,619	1,000	-70,64	44,35
	2 Canvas	-31,44	19,249	1,000	-94,26	31,38
8 VT4 / VIER	3 Ketnet	-34,82	26,900	1,000	-122,60	52,96
	4 Op12	63,99	75,721	1,000	-183,11	311,09
	5 VTM	-47,52	17,193	,258	-103,62	8,59

	6 Kanaaltwee / 2BE	7,10	24,766	1,000	-73,72	87,92
	7 Vitaya	8,04	37,153	1,000	-113,20	129,28
	9 VIJFtv / VIJF	44,17	28,488	1,000	-48,79	137,14
	10 Acht	-43,43	53,787	1,000	-218,95	132,10
	1 Eén	-57,32	26,136	1,000	-142,61	27,97
	2 Canvas	-75,61	27,262	,251	-164,58	13,35
	3 Ketnet	-79,00	33,110	,769	-187,04	29,05
	4 Op12	19,82	78,143	1,000	-235,18	274,82
9 VIJFtv / VIJF	5 VTM	-91,69*	25,850	,018	-176,05	-7,33
	6 Kanaaltwee / 2BE	-37,07	31,400	1,000	-139,54	65,39
	7 Vitaya	-36,13	41,869	1,000	-172,76	100,50
	8 VT4 / VIER	-44,17	28,488	1,000	-137,14	48,79
	10 Acht	-87,60	57,146	1,000	-274,09	98,88
	1 Eén	30,28	52,578	1,000	-141,29	201,86
	2 Canvas	11,99	53,147	1,000	-161,45	185,42
	3 Ketnet	8,61	56,371	1,000	-175,35	192,56
	4 Op12	107,42	90,486	1,000	-187,86	402,70
10 Acht	5 VTM	-4,09	52,437	1,000	-175,21	167,03
	6 Kanaaltwee / 2BE	50,53	55,384	1,000	-130,21	231,26
	7 Vitaya	51,47	61,923	1,000	-150,60	253,54
	8 VT4 / VIER	43,43	53,787	1,000	-132,10	218,95
	9 VIJFtv / VIJF	87,60	57,146	1,000	-98,88	274,09

Based on observed means.

The error term is Mean Square(Error) = 88226,392.

\*. The mean difference is significant at the ,05 level.