

Faculté de philosophie, arts et lettres

De rol van de media bij de verspreiding van informatie over het milieu en aanverwante onderwerpen

Auteur : Chloé Vandendaele
Promoteur(s) : An Goedgezelschap
Année académique : 2021-2022
Intitulé du master et de la finalité : Master en communication multilingue
à finalité langue des affaires

Inhoudstafel

Deel 1: Theorie en contextualisering.....	3
1. Introductie	4
2. Communicatie	5
2.1 De relatie tussen de verzender en de ontvanger van de boodschap verandert.....	5
2.2 Geschiedenis: van mondelinge naar digitale communicatie.....	5
2.3 Voor- en nadelen van de verschillende communicatiemiddelen	6
2.4 De kracht van het medium.....	7
3. Massacommunicatie	8
4. Massamedia.....	8
4.1 Waarom focus op massamedia?	8
4.2 Wat behoort tot de massamedia?	9
5. De rol van de media en de journalisten bij het doorgeven van informatie	10
5.1 Het principe van objectiviteit	11
6. Milieujournalistiek	13
6.1 Milieujournalistiek, waarom? Een mode? Een winstgevende zaak?.....	13
6.2 Wat is de rol van journalisten?	13
6.2.1 <i>Milieujournalisten</i>	14
6.3 De rol van de media in de interpretatie van de milieuproblematiek.....	14
6.3.1 <i>Bij het grote publiek:</i>	14
6.3.2 <i>Bij beleidsmakers:</i>	15
6.4 Hoe wordt de opwarming van de aarde behandeld?.....	16
6.4.1 Vergelijkingen tussen landen:	16
6.4.2 <i>Tendens tot het sensationele ten koste van rationaliteit en objectiviteit?</i>	16
6.4.3 <i>The Guardian's verandering in de verslaggeving over de opwarming van de aarde....</i>	17
6.5 Communicatie van wetenschap	18
6.5.1 <i>Uitbreiding van het aantal actoren dat bij het informatie-uitwisselingsproces betrokken is</i>	18
6.5.2 <i>Grens tussen journalistieke eisen en het melden van de werkelijkheid?</i>	18
6.5.3 <i>De obstakels die de milieujournalisten tegenkomen.....</i>	19
6.6 Opwarming van de aarde: politieke consensus of controversiële kwestie?.....	20
6.6.1 <i>Ruimte voor verschillende meningen? Ook deze van klimaatsceptici?</i>	21
7. Energietransitie.....	23
7.1 De uitdagingen van de energietransitie	24
7.2 Vijf obstakels geïdentificeerd door de Secretaris-Generaal van de Verenigde Naties: Antonio Guterres	24

7.3	Prijsstijgingen.....	24
7.4	De randvoorwaarden voor een succesvolle energietransitie.....	25
Deel 2: Enquête en analyse van artikelen.....		26
8.	Definitie van de onderzoeksvraag en -methode	27
9.	Enquêteformulier.....	29
10.	Commentaren	35
11.	Analyse van artikelen	37
12.	Het Belgische medialandschap.....	37
12.1	Vlaamse medialandschap:	37
12.1.1	<i>Vijf grote mediagroepen:</i>	37
12.1.2	<i>Gekozen kranten voor de analyse:</i>	37
	Verschillende uitgever:.....	39
	Waarom heb ik voor deze twee kranten gekozen?	39
13.	Inhoudsanalyse	41
	Kwantitatieve analyse.....	41
	Kwalitatieve analyse.....	41
13.1	Kwantitatieve analyse.....	42
13.2	Kwalitatieve analyse.....	43
13.2.1	<i>De Standaard</i>	43
13.2.2	<i>Het Laatste Nieuws</i>	53
14.	Conclusie van de analyse.....	60
15.	Conclusie	62
16.	Bibliografie.....	63
16.1	Artikelen De Standaard	69
16.2	Artikelen Het Laatste Nieuws	71

Deel 1: Theorie en contextualisering

1. Introductie

De opwarming van de aarde is een onderwerp waarmee we in de media steeds vaker worden geconfronteerd. De klimaatverandering heeft verschillende kenmerken. Het wordt veroorzaakt door verschillende menselijke activiteiten, zoals de manier waarop wij ons verplaatsen, de manier waarop wij elektriciteit gebruiken, de manier waarop wij vee houden, enz. Deze activiteiten leiden tot de uitstoot van broeikasgassen die een stijging van de gemiddelde temperatuur op aarde veroorzaken. Deze veranderingen in de klimaatomstandigheden hebben een zeker effect op sociaal en milieugebied (IPPC, 2007; Dryzek et al., 2011).

Hoewel sommigen het bestaan van dit verschijnsel in twijfel trekken, is het duidelijk dat wij moeten handelen en ons gedrag moeten veranderen om onze planeet en onze toekomst op deze aarde te redden. Gezien mijn studierichting vond ik het interessant om de rol van de media bij de verspreiding van informatie over het milieu en aanverwante onderwerpen te bestuderen.

Om de bovengenoemde problematiek te analyseren, begon ik met een grondige beschrijving van de massamedia en de voor- en nadelen van de verschillende communicatiemiddelen. Vervolgens heb ik de rol van de media bij het doorgeven van informatie besproken; in hoeverre moeten ze een louter verslag uitbrengen en in welke mate moeten zij een wake-up call geven? Vervolgens ben ik nader ingegaan op de milieujournalistiek, de oorsprong ervan, de rol van milieujournalisten, enz.

Na het samenvoegen van al deze theoretische elementen, heb ik een vragenlijst uitgezet bij 75 personen om hun mening te weten te komen over de verschillende onderwerpen die in het theoretische gedeelte aan de orde zijn gekomen. Daarna heb ik de mening van de specialisten vergeleken met de resultaten die ik in de enquête krijg.

Tenslotte analyseerde ik de manier waarop de energietransitie werd behandeld in de media en ik heb mijn waarnemingen vergeleken met de theorie en de meningen die ik via de enquête heb verzameld. Daartoe voerde ik kwantitatieve en kwalitatieve analyses uit van artikelen uit twee verschillende Vlaamse kranten: De Standaard en Het Laatste Nieuws.

2. Communicatie

Voordat we de centrale vraag van deze thesis kunnen beantwoorden, is het van belang enige context en informatie te verschaffen over communicatie, en in het bijzonder massacommunicatie.

Etymologisch gezien, komt het woord communicatie van communis: gemeenschappelijk en in het verlengde daarvan; gemeenschappelijke prestatie.

Het Van Dale woordenboek definieert communicatie als volgt: “overdracht of uitwisseling van informatie”. Een van de aandachtspunten van deze scriptie is of mediacommunicatie werkelijk ophoudt bij de overdracht van informatie of dat het, zoals Kees van Wijk het uitdrukt in zijn definitie van communicatie, gaat om “het informeren en beïnvloeden (van elkaar)”.

Communicatie wordt beschouwd als het meest fundamentele sociale proces. Het maakt het immers mogelijk een cultuur, een sociaal stelsel, kennis en wetenschap tot stand te brengen en vooral "samen te leven" (Fauconnier, 1995). Communicatie is bijgevolg “het kernproces van de samenleving” (Vogelaar, 1962).

Er bestaan verschillende elementen die samenhangen met het communicatieproces. Deze elementen worden door Kees van Wijk opgesomd in zijn boek: “De Media-Explosie – Trends en issues in massacommunicatie”. Hier is de lijst:

- De verbinding tussen zender en ontvanger meestal via middelen, kanalen en media;
- Het overdragen van informatie;
- De intentie van de zender en zijn macht om het denken van de ontvanger te beïnvloeden;
- De rol van maatschappelijke organisaties bij het bepalen van de voorwaarden en mogelijkheden in het hele communicatieproces;
- De gemeenschappelijke relatie tussen zender en ontvanger;
- De reacties van de ontvangers; selectie en interpretatie.

2.1 De relatie tussen de verzender en de ontvanger van de boodschap verandert

Een van de kenmerken van de communicatiemiddelen die vandaag worden gebruikt is dat ze toestaan alle mensen om te interageren. (Massa) media worden inderdaad steeds minder eenrichtingsverkeer. Communicatie evolueert van een top-downbenadering naar een benadering die uitwisseling met en tussen verzenders en ontvangers aanmoedigt (Fourie 2007). Het begrip "feedback" wordt immers steeds belangrijker.

Bovendien hebben wij, dankzij de hulpmiddelen die ons via de massamedia ter beschikking staan, toegang tot een heel wat informatie uit een groot aantal bronnen die de publieke opinie helpen vormen.

2.2 Geschiedenis: van mondelinge naar digitale communicatie

Een belangrijk punt is dat massacommunicatie niets nieuw is. Door de tijden heen hebben mensen altijd hun eigen communicatiemiddelen gehad om informatie van algemeen belang over te brengen.

De eerste vorm van massacommunicatie was mondelinge massacommunicatie. Dit was een proces waarbij de oudste of hoogstopgeleide mensen informatie doorgaven aan de volgende generatie.

In zijn boek 'Media Studies' identificeert Pieter Jacobus Fourie drie massacommunicatieculturen.

- **Mondelinge massacommunicatie** waarin het gesproken woord de enige manier is om ideeën, gevoelens, enz. over te brengen.
- **Schriftelijke en gedrukte massacommunicatie** waardoor mondelinge communicatie soms minder formeel en meer ontspannen is geworden. Schriftelijke communicatie wordt dan als onpersoonlijker en objectiever ervaren.
- **Elektronische massacommunicatie.** Hoewel mondelinge en schriftelijke communicatie nog steeds bestaan, overheerst vandaag de elektronische massacommunicatie met radio, televisie en internet. Het was in het begin van de 20ste eeuw dat de radio, het eerste niet-drukbaar massacommunicatiekanaal, aan populariteit won.

Deze overheersing kan alleen maar toenemen met de voortdurende ontwikkeling van nieuwe technologieën. Net zoals schriftelijke communicatie het gebruik van mondelinge communicatie enigszins heeft doen afnemen, wordt schriftelijke communicatie steeds vaker vervangen door zogenaamde "elektronische" communicatie.

Volgens cijfers van Mediawijs¹ krijgt 45% van de Vlamingen informatie via online media². Ook volgens Mediawijs heeft 51% van de Vlamingen vertrouwen in de media, tegenover 36% in Wallonië. Deze cijfers zijn vrij goed. Vlaanderen staat immers op de zesde plaats van een panel van 40 onderzochte landen.

Wat de aandacht voor de media betreft, werd tot in de jaren 1930 alleen de rol van de geschreven pers, hoofdzakelijk reportages, bestudeerd. In de jaren dertig werden sprekende films ontwikkeld. Het was ook in deze periode dat de radio, de dagbladpers en de tijdschriften probeerden een zo direct mogelijk contact met het grote publiek tot stand te brengen. De belangstelling voor de massamedia en hun doeltreffendheid op bepaalde gebieden zoals propaganda, politiek, reclame of zelfs onderwijs nam toe.

2.3 Voor- en nadelen van de verschillende communicatiemiddelen

Afhankelijk van het onderwerp en het doel van de communicatie, kunnen bepaalde communicatiemiddelen bepaalde voor- of nadelen hebben.

Kranten hebben bijvoorbeeld het voordeel dat ze niet duur zijn om te maken en te publiceren en daarom worden ze gebruikt om snel de essentiële dagelijkse informatie over te brengen. Het aantal bladzijden in een krant is echter beperkt en laat niet altijd een grondige behandeling van de informatie toe (Hoffman et al., 2010).

¹ Mediawijs is het Vlaams Kenniscentrum Digitale en Mediawijsheid.

Mediawijs wijst de weg in de digitale wereld. (z.d.). <https://www.mediawijs.be/nl>

² Opmerking: Hoewel de bestudeerde artikelen krantenartikelen zijn, werden deze artikelen verzameld via digitale krantenabonnementen.

Televisie is een meer visueel en dynamisch communicatiemiddel en dit kan voordelig zijn bij de verspreiding van bepaalde informatie.

Het nadeel van deze twee communicatiemiddelen is dat zij slechts in één richting gaan en dat de mogelijkheid tot uitwisseling dus sterk wordt beperkt, in tegenstelling tot het Internet, dat discussie aanmoedigt. Kranten die een online-abonnement aanbieden, profiteren echter van dit voordeel omdat de toegang tot online-artikelen (al dan niet via een abonnement) de lezers in staat stelt commentaar achter te laten.

De afgelopen jaren hebben de gedrukte pers echter aan kracht ingeboet ten gunste van online-informatie die sneller en soms gratis beschikbaar is. De scheiding tussen offline en online wordt nochtans steeds vager. De media zijn immers complementair en maken deel uit van een geheel dat verdeeld is in verschillende persgroepen (deze zullen worden vermeld in het tweede deel van dit werk). Ook hier helpt de beschikbaarheid van digitale krantenabonnementen om deze scheiding te verfijnen, gezien sommige kranten dezelfde artikelen zowel in gedrukte vorm als online aanbieden.

2.4 De kracht van het medium

Verschillende studies over het vasthouden van informatie hebben aangetoond dat wanneer mensen dezelfde informatie via de gedrukte media of via de radio ontvingen, de kans groter is dat zij de via de gedrukte media ontvangen informatie vasthouden (Facorro & DeFleur, 1993; Wilson, 1974). Hetzelfde geldt voor wetenschappelijke informatie (Furnham, Gunter, en Green, 1990).

Daniel en Woody (2010) hebben ook een studie verricht naar het vasthouden van informatie. Zij vergeleken het vasthouden van informatie van verschillende mensen na het beluisteren van een 22 minuten durende podcast met het vasthouden van informatie van mensen die een artikel lazen dat dezelfde informatie bevatte. Uit de resultaten van de studie bleek dat lezers van het artikel beter presteerden dan degenen die naar de podcast luisterden. Furnham en Gunter (1989) hebben dit "the primacy of print" genoemd.

Terwijl video- en audio-opnamen met een vaste snelheid worden afgespeeld, wat kan leiden tot informatie-overload (Eveland, Seo, & Marton, 2002; Green, 1981; Lang, 2006), heeft de lezer meer cognitieve controle over zijn tekst omdat hij de snelheid van lezen en ontvangen van informatie kan bepalen (Furnham, Gunter, & Green, 1990).

3. Massacommunicatie

Massacommunicatie is een openbaar communicatieproces dat als volgt kan worden gedefinieerd: “Het overbrengen van gedachten, mededelingen enz. aan een groot publiek door gebruik van massamedia” (Van Dale) of nog “het communicatieproces waarbij een of meer boodschappen gericht worden tot de massa” (Loisen en Joye, 2020). In dit communicatieproces wordt niemand uitgesloten. De communicatie wordt aan iedereen gericht, zelfs indien de afzender dit niet uitdrukkelijk vermeldt (Fauconnier, 1995).

Maletzke, een Duitse psycholoog, kent verschillende kenmerken toe aan de term massacommunicatie. Volgens haar is massacommunicatie een vorm van communicatie

- Die plaatsvindt door de media;
- Die verloopt zonder dat de zender en ontvanger van rol wisselen;
- Waarbij boodschappen openbaar zijn;
- Waarbij boodschappen worden overgebracht aan een publiek;
- Die indirect is.

4. Massamedia

Volgens het Van Dale woordenboek, kunnen media als volgt worden gedefinieerd: “middelen om informatie over te dragen: radio, tv, pers, internet enz.” en massamedia zijn media die tot een groot publiek kunnen worden gericht.

4.1 Waarom focus op massamedia?

In de jaren twintig begon de belangstelling voor communicatie, en met name massacommunicatie, toe te nemen. Massacommunicatie werd toen gezien als het versturen van boodschappen en symbolen via radio, film en de pers naar een zeer groot en ruimtelijk verspreid publiek (Peters & Simonson, 2004a, p. 9).

Zij hebben een steeds belangrijker plaats in het leven van de mensen ingenomen. Massacommunicatie is immers een belangrijk fenomeen dat het gedrag van mensen in hoge mate beïnvloedt (Fauconnier, 1995). Sommige wetenschappers zien dit niet altijd als een positieve evolutie, omdat de media zich in de loop van de tijd meer en meer gericht hebben op sensationele inhoud.

Hun impact wordt echter sterk onderschat, zeker met betrekking tot specifieke thema's zoals de problematiek van de opwarming van de aarde. Herhaaldelijk is immers gebleken dat de massamedia, met name televisie en kranten, maar in toenemende mate ook het internet, de belangrijkste bronnen van informatie zijn voor de bevolking wanneer het over de klimaatproblematiek gaat (Schäfer, 2015, p.258).

Hoewel massacommunicatie oorspronkelijk voornamelijk eenzijdig (Fourie, 2007) was, d.w.z.³ dat informatie wordt overgebracht van één zender naar een groot, heterogeen, relatief onbekend publiek, kan zij niettemin leiden tot debat en discussie bevorderen.

³ Dat wil zeggen.

De media zijn vandaag alomtegenwoordig in ons dagelijks leven. Zij dragen bij tot onze opvoeding, tot de ontwikkeling van onze meningen, tot onze behoefte aan begrip en ook tot het ontstaan van bepaalde gemeenschappen.

In 2021 werd een enquête gehouden bij 1060 Belgen om hun mening te weten te komen over de verschillende instellingen in het land. Volgens de cijfers in een artikel van de Vlaamse Vereniging van Journalisten heeft 70% van de Belgen vertrouwen in de informatie die door de geschreven pers wordt doorgegeven. Dit is een stijging van 7% sinds 2019. 73% van de ondervraagde Belgen vindt dat de professionele media goede informatie verstrekken. Deze resultaten liggen aanzienlijk hoger dan het Europese gemiddelde van 52% voor de geschreven pers.

4.2 Wat behoort tot de massamedia?

Massamedia bestaan uit de gedrukte media, de audiovisuele media en de digitale media. De gedrukte media en meer bepaald de pers bestaat uit dagbladen, weekbladen en tijdschriften. De omroep is samengesteld uit de radio en de televisie. Er bestaan ook andere vormen van media in de communicatie-infrastructuur zoals internet, de blogs en de sociale media.

In het kader van deze thesis is het medium dat ons het meest interesseert de pers. Dit medium heeft, afhankelijk van het gebruikte kanaal, zijn eigen codes en werkwijzen, en aan verschillende eisen voldoet. Op grond van deze kenmerken kan de pers in verschillende subcategorieën worden ingedeeld.

- Periodiciteit (dagelijks, wekelijks, maandelijks, enz. of in real time),
- Journalistiek oogpunt (economisch, sociaal, politiek, enz.),
- Bereik (internationaal, nationaal, regionaal, lokaal, enz.),
- Verspreidingsvorm (verkoop per stuk, abonnementen, reclameblaadjes, enz.),
- Ideologie (politiek gekleurd, neutraal, enz.),
- Persgroep (VMMA, Corelio, De Persgroep, Rossel, IPM, enz.),
- Prijs (betalend vs. gratis),
- Interactiviteit (aanwezig vs. afwezig),

5. De rol van de media en de journalisten bij het doorgeven van informatie

Nu de algemene context over de communicatie, de media en de massamedia is gegeven, is het van belang meer aandacht te besteden aan wat de rol van de media zijn. Daarom heb ik in dit hoofdstuk zowel de meningen van specialisten als die van de eerst betrokkenen, de journalisten, verzameld over hun rol, de wijze waarop zij de informatie doorgeven en het objectiviteitsbeginsel.

Kees van Wijk deelt in zijn boek " De Media-Explosie – Trends en issues in massacommunicatie" de functies van massacommunicatie in twee categorieën; de intentiefuncties die gaan over hoe afzenders hun doelstellingen bereiken en de gevolgfunctie die gericht is op de effecten van de boodschappen op de ontvanger.

Intentiefuncties:

- De ontspanning van de ontvanger,
- De kennis en inzicht van de ontvanger uitbreiden,
- De meningen, een houding en het gedrag van de ontvanger te beïnvloeden.

Gevolgfuncties:

- Amusement en ontspanning,
- Nieuws of berichtgeving,
- Commentaar en opinievorming,
- Cultuuroverdracht en educatie.

De macht van de pers bestaat erin licht te werpen op en informatie te verstrekken over bepaalde kwesties en het is aangetoond dat de manier waarop de media over het nieuws berichten van invloed is op de manier waarop het nieuws door het grote publiek wordt waargenomen en op de manier waarop de mensen onze samenleving zien. De berichtgeving over een onderwerp in de media heeft dus een sterke invloed op wat we weten, wat we denken en wat we doen. Zij bieden het grote publiek ook de mogelijkheid zich een idee te vormen van de meest verbreide meningen over een bepaald onderwerp (Rens Vliegthart, 2004).

Hoewel de media de macht hebben om hun publiek te beïnvloeden en te sturen, bestaan hun rol meestal bij het versterken van meningen. De effecten van de media op het publiek zijn afhankelijk van verschillende factoren waarover de media geen controle hebben, zoals de lopende sociaal-culturele ontwikkelingen.

De media kunnen inderdaad bepaalde kwesties onder de aandacht brengen, maar afhankelijk van de context zal het publiek meer of minder gevoelig zijn voor deze overdracht van informatie. Als de overgebrachte inhoud overeenstemt met de verwachtingen van het publiek, dan zal hij een stimulerend effect hebben. Elk individu dat met massacommunicatie wordt geconfronteerd, ontvangt informatie op een bepaalde manier. Elke individu kiest het medium waarmee hij informatie wenst te ontvangen en behoudt of verwerpt informatie op basis van zijn ervaring, zijn sociaal-culturele kenmerken, ideologieën en taalkundige en culturele bekwaamheden. Bovendien is het ontstaan van nieuwe meningen en gedrag een langdurig proces dat zich op middellange tot lange termijn afspeelt (Beaud, 1977).

De journalist vervult drie andere essentiële functies, die elk hun eigen eisen stellen (Cornu, 1994):

- De functie van de waarnemer. In deze functie is hij dus onderworpen aan de norm van objectiviteit. Bennett (1996) gaat ook in op deze kwestie van objectiviteit en stelt dat journalisten moeten voldoen aan drie normen, waaronder "journalistieke normen" die objectiviteit, eerlijkheid, nauwkeurigheid en evenwichtigheid omvatten.
- De functie van tolk. In deze functie moet hij verder gaan dan de feiten en een onpartijdig standpunt innemen.
- De functie van de verteller. In deze functie moet hij de feiten relateren met aandacht voor authenticiteit en het zoeken naar de waarheid.

Daarnaast is de rol van journalisten van cruciaal belang bij het sorteren, prioriteren, verifiëren, becommentariëren, legitimeren, elimineren en bekritisieren van de steeds overvloediger informatie, om de ontvanger te begeleiden (Wolton, 2009).

Journalisten bieden gemakkelijker toegang tot informatie, kiezen de invalshoek die zij willen innemen en de gebeurtenissen die zij willen belichten (Schäfer, 2015, p.855). Bovendien kunnen lezers maar een bepaalde hoeveelheid informatie per dag verwerken. Daarom is deze selectie van informatie zo cruciaal. In dit geval fungeren journalisten als "gatekeepers".

Hoewel de selectie van informatie soms alleen door de intuïtie van de journalist kan geschieden, kan de selectie van informatie ook geschieden aan de hand van bepaalde criteria die "nieuwswaarden" worden genoemd. Deze criteria kunnen zijn: de omvang van de gebeurtenis, de culturele nabijheid en relevantie, de onvoorspelbaarheid van het nieuws, de continuïteit, de betrokkenheid van elitelanden- of personen, het feit dat het slecht nieuws is, enz.

Door al deze functies, hebben journalisten de macht om de realiteit te veranderen (Chermak en Gruenewald, 2006; Slone, 2002). Het doorgeven en ontvangen van volledig objectieve informatie is dan ook zeer moeilijk. Elke verzonden informatie is derhalve onderworpen aan de keuzes en gevoeligheden van zowel de verzender als de ontvanger van de informatie. Er zal immers altijd een invloed zijn van het referentiekader van de verzender, alsook een selectie door de ontvanger.

5.1 Het principe van objectiviteit

De norm van de objectiviteit vindt zijn oorsprong in het empirisme van het einde van de 19de eeuw, dat leidde tot de suprematie van wetenschap en geneeskunde en de nadruk op "feitelijke journalistiek" (Mindich, 1998, p.14).

Volgens Yves Reuter (2000): "Ten eerste, er wordt nooit iets neutraals gezegd of verteld. Elk woord, elke uitspraak komt overeen met een dubbele stichtingskeuze: keuze van wat er gezegd wordt, keuze van hoe het gezegd wordt. Als zodanig is elk woord, elke verklaring, elk verhaal de drager van waarden en bedoelingen die het potentieel afzetten tegen andere woorden, andere verklaringen. Vertellen gaat altijd gepaard met kennis, waarden en effecten".

Objectiviteit is volgens veel geleerden en journalisten (bijna) onmogelijk te bereiken (Herman & Chomsky, 1988). De woorden die men gebruikt om informatie over te brengen zijn zelden neutraal, zelfs wanneer men ernaar streeft aan deze norm van objectiviteit te voldoen.

Bovendien vervormen de media de informatie van zender tot ontvanger, bijvoorbeeld door informatie op een bepaalde manier te presenteren of door ervoor te kiezen slechts een deel van de boodschap over te brengen.

De objectiviteitsnorm is bedoeld om een zekere onpartijdigheid van journalisten te bereiken. Dit leidt echter systematisch tot een verstoring van de informatie (Bennett, 2005).

Bovendien kan het toenemende belang van het emotionele en sensationele niet worden ontkend. Het is duidelijk dat het doorgeven en ontvangen van informatie tot zeer sterke emoties kan leiden. Emotie maakt in feite deel uit van de informatie en moet er niet uit worden weggelaten. De nuance tussen emotie en gevoel is echter zeer fijn en in dit opzicht moeten de journalisten voorzichtig zijn. Terwijl emotie op lange termijn wordt opgebouwd en lang blijft bestaan, wordt sensatie op korte termijn opgebouwd, is vluchtig en heeft betrekking op de emotionele impact die een stukje informatie op een persoon kan hebben. De moeilijkheid is dan om te kiezen hoe de informatie te behandelen en niet te vervallen in sensatiezucht (Lits, 2019).

Naast objectiviteit is transparantie tegenwoordig een steeds belangrijker begrip. Volgens sommige onderzoekers kan deze nieuwe eis tot transparantie leiden tot een zekere verantwoordelijkheidslast (Bovens & Schillemans, 2014), tot hypocrisie als het gaat om selectieve transparantie (Coglianese, 2009), en tot het feit dat veel zaken nu zonder uitleg openbaar worden gemaakt (Löfstedt & Bouder, 2014).

In dit hoofdstuk hebben wij onze aandacht gericht op de journalistiek in het algemeen. Ik vond het inderdaad van cruciaal belang om door deze fase te doorlopen alvorens meer specifieke onderwerpen aan te pakken. Zo hebben wij de mening van verscheidene specialisten gepeild over de rol van journalisten en de macht die zij hebben om te kiezen welke informatie zij aan het grote publiek willen overbrengen en hoe zij dat willen doen. Wij merken tevens op dat totale objectiviteit moeilijk te bereiken is omdat verschillende elementen de overgebrachte boodschap altijd zullen beïnvloeden, of het nu gaat om de keuze van de verzender van de boodschap of om de invloed van de kennis van de ontvanger en zijn interpretatie van de boodschap.

Aangezien de hoofdproblematiek van deze scriptie echter het milieu en aanverwante onderwerpen betreft, zullen we in het volgende hoofdstuk onderwerpen bekijken die meer direct verband houden met de milieujournalistiek, zoals de communicatie van wetenschap, de obstakels waarmee milieujournalisten worden geconfronteerd, hun rol ten opzichte van het grote publiek en politici, klimaatsceptici, enz.

6. Milieujournalistiek

In het kader van deze thesis wordt de volgende vraag bestudeerd: De rol van de media bij de verspreiding van informatie over het milieu en aanverwante onderwerpen. Na het bestuderen van de rol van de media en journalisten in het algemeen, we zullen ons nu concentreren op de milieujournalistiek. Wat is de rol van de milieujournalisten? Moeten zij een wake-up call geven of alleen maar de informatie te verstrekken op een objectieve manier?

6.1 Milieujournalistiek, waarom? Een mode? Een winstgevende zaak?

De milieuproblematiek is, in de loop ter jaren, steeds prominenter in de media en in het debat naar voren gekomen. Daar zijn verschillende redenen voor, waaronder het gevoel dat het probleem ernstiger en dringender is geworden. Een andere reden die vaak naar voren komt is dat mensen het gevoel hebben dat journalisten begrepen hebben dat milieujournalistiek een winstgevende zaak is omdat meer en meer mensen zich er zorgen over maken (Comby, 2009). In het afgelopen decennium hebben we ook een groei gezien in benaderingen, methoden en onderzoeksvragen met betrekking tot de media en de opwarming van de aarde (Boykoff, 2011, p. 50).

Bepaalde sociaal-politieke evenementen, zoals klimaatconferenties, kunnen ook de interesse van journalisten wekken en meer media-aandacht genereren (Schäfer, 2015). Het IPCC⁴ heeft de aandacht op dit probleem gevestigd en heeft journalisten toegang verschaft tot hoogwaardige expertise die door wetenschapsjournalisten kan worden gebruikt (Sylvestre Huet, journalist, voorzitter van AJSPI⁵). Bovendien werden meer negatieve diagnoses over het probleem en de gevolgen ervan gepubliceerd in de rapporten (Duffey et Dincer, 2010). Dergelijke negatieve gevolgen hebben waarschijnlijk de aandacht van de massamedia gevestigd op de milieuproblematiek (Brossard et al., 2004; Newig, 2004, p. 164).

Ook andere elementen kunnen de toenemende aandacht voor het onderwerp verklaren, zoals de exponentiële groei van wetenschappelijke publicaties over de opwarming van de aarde (Weingart et al., 2000), de institutionalisering van het onderwerp (Schützenmeister, 2008) en het feit dat er nieuw beleid wordt ingevoerd (Townshend et al., 2011, p. 5).

Al deze elementen hebben het onderwerp steeds relevanter gemaakt om te behandelen en hebben dus de aantrekkingskracht van journalisten en de media ten aanzien van dit onderwerp vergroot (Schmidt, Ivanova, Schäfer, 2013, p.5).

6.2 Wat is de rol van journalisten?

Terwijl er een paar jaar geleden journalisten waren die deskundig waren op een bepaald gebied, gaat de trend tegenwoordig in de richting van generalisatie. Journalisten weten tegenwoordig van alles een beetje en zijn niet noodzakelijk specialisten op een bepaald gebied. Milieujournalistiek bestaat echter wel degelijk, en het lijkt mij interessant, gezien het onderwerp van deze thesis, om daar eens wat dieper op in te gaan.

⁴IPCC: The Intergovernmental Panel on Climate Change: het is het orgaan van de Verenigde Naties dat de wetenschappelijke aspecten van klimaatverandering beoordeelt.

IPCC (z.d.). Intergovernmental Panel on Climate Change. <https://www.ipcc.ch/>

⁵ L'Association des journalistes scientifiques de la presse d'information

6.2.1 Milieujournalisten

Hoewel milieujournalisten meestal ervaren verslaggevers zijn met een hogere graad, kampen zij nog steeds met een gebrek aan middelen en tijd (Detjen, Fico, Li, & Kim, 2000). Zij staan ook onder druk van derden wat betreft de manier waarop zij over de problematiek berichten.

Een nieuw profiel van de milieujournalist is vastgesteld door Nisbet (2013) waarin de journalist niet langer alleen fungeert om informatie door te geven, maar waarin zijn rol bestaat in het synthetiseren van kennis en, vaak, het promoten van een specifiek standpunt.

In een enquête van Sachsman et al. uit 2006 gaf twee derde van de deelnemers aan dat ze van milieujournalisten verwachtten dat ze even objectief waren als andere journalisten. Dit betekent ook dat een derde van de deelnemers nog steeds van tijd tot tijd een standpunt van milieujournalisten verwacht.

Volgens David Larousserie, polytechnicus, doctor in de natuurkunde en journalist, spelen milieujournalisten een essentiële rol bij de verspreiding van de enorme hoeveelheid wetenschappelijke informatie onder het grote publiek (Maler, 2012). Hun rol bestaat er dus in de problemen concreter te maken, zodat het grote publiek zich meer betrokken voelt en meer belangstelling krijgt voor het probleem (Comby, 2013). Dit kunnen zij bereiken door informatie te selecteren die direct relevant is voor de doelgroep en deze op een duidelijke en aantrekkelijke manier over te brengen (Michaut, 2014).

Milieujournalisten werden lang beschouwd als idealistische activisten. Bovendien is de informatie die zij delen soms strijdig met de werking van onze samenleving en wordt deze daarom niet goed ontvangen. Verscheidene voorbeelden zullen worden gegeven in het hoofdstuk: de obstakels die milieujournalisten tegenkomen.

6.3 De rol van de media in de interpretatie van de milieuproblematiek

6.3.1 Bij het grote publiek:

6.3.1.1 "Interpretatiesysteem"

Volgens parlementslid Maud Olivier, rapporteur van OPECST⁶ voor wetenschappelijke en technische communicatie, is het niet alleen een rol, maar is het ook de plicht van journalisten, of zij nu een wetenschappelijke opleiding hebben of niet, om het grote publiek te informeren over wetenschappelijke controverses. Journalisten hebben een rol te spelen als bemiddelaars tussen wetenschappers en de rest van de samenleving (Wolton).

Dankzij hun grote verspreiding en hun algemeen publiek, spelen massamedia een sleutelrol bij de interpretatie van de milieuproblematiek (Schoenfeld et al., 1979; Spector en Kitsuse, 1977). Verschillende studies hebben inderdaad aangetoond dat het "publiek het grootste deel van zijn kennis" (Anderson, 2011, p. 535) over de kwestie uit de massamedia haalt (bv. Schäfer, 2012; Ryghaug et al., 2011). Bovendien lezen de meeste mensen geen wetenschappelijke rapporten, gespecialiseerde websites en blogs, of de rapporten van het IPCC.

Wanneer wetenschappers hun bevindingen willen uitdrukken deden ze het vaak met een gespecialiseerde taal en woordenschat. Wat we ook kunnen observeren is dat ze vaak een

⁶ Office Parlementaire d'Evaluation des Choix Scientifiques et Technologiques.

voorzichtig toon willen hanteren gezien dat niets nog zeker is en dat alles kan nog veranderen in functie van het gedrag van de mensheid. Vandaar dat ze liever over waarschijnlijkheden spreken. Maar dat komt niet overeen *met de heldere, ondubbelzinnige toon die in de pers op prijs wordt gesteld. Daarom moeten wetenschappelijke bevindingen meestal worden vertaald in meer alledaagse termen om ze begrijpelijk te maken* (Boykoff en Boykoff, 2007).

De observatie van Jos Hagelaars⁷ is vergelijkbaar want ook volgens hem is het moeilijk voor de journalisten om de juiste balans te vinden. De wetenschappers willen inderdaad dat de journalisten gewoon het probleem vaststellen en bekend maken aan het grote publiek. De werkelijkheid is echter anders. We stellen vaak vast dat de journalisten niet zo neutraal zijn. Ze proberen altijd hun woorden te verduidelijken en ook een kritische benadering van de problematiek te hebben.

Volgens Climate Change Media Partnership⁸ is de rol van de media superbelangrijk om mensen bewust te maken over de problematiek. De media, dankzij journalisten, kunnen worden gedefinieerd als het centrale "interpretatiesysteem" van moderne samenlevingen (Peters en Heinrichs, 2005, p. 2). Het is inderdaad cruciaal dat journalisten niet alleen wetenschappelijke informatie overbrengen aan het grote publiek, maar deze ook proberen te duiden (Verheggen, 2017).

6.3.1.2 Het stimuleren van debat en actie

Het zijn met name de media die de mensen in staat stellen om beslissingen te nemen en acties te ondernemen door hen juiste en concrete informatie te geven over de opwarming van de aarde. Het is daarvoor belangrijk, zoals in een samenvatting van het Climate Change Media Partnership staat, dat de media en de journalisten *het publiek waarschuwen voor extreme klimaatgebeurtenissen, uitleg verschaffen over complexe beleidsmaatregelen, de aandacht vestigen op aanpassingsstrategieën die in de praktijk werken, optreden als waakhond om het openbaar belang te beschermen en de acties bevorderen die consumenten, bedrijven en regeringen moeten ondernemen om groene economieën op te bouwen.*

De rol van de media bestaat er ook in het maatschappelijk debat mogelijk te maken door een platform ter beschikking te stellen van het grote publiek (Riphagen, van Doren, P. van der Sluijs, Ganzevles, van Est, en Wardekker, 2010).

6.3.2 Bij beleidsmakers:

Verschillende studies hebben aangetoond dat de media een sterke invloed kunnen hebben op de politieke besluitvorming. Ook de media-aandacht voor klimaatverandering kan een cruciale factor zijn voor de ondersteuning van ambitieuze klimaatbeleidsmaatregelen (Pianta en Sisco, 2020).

⁷ Jos Hagelaars is afgestudeerd als chemisch ingenieur, met als specialisatie organische chemie, en werkt op het gebied van industriële automatisering. Ook al blijkt uit zijn achtergrond niet dat hij een milieuspecialist is, zijn activiteit op de blog lijkt dat wel te tonen. Bovendien geeft het feit dat deze blog is opgezet door dr. Bart Verheggen, docent aard- en klimaatwetenschappen aan de Hogeschool van Amsterdam, en dat hij de artikelen van Jos Hagelaars op zijn blog goedkeurt, extra legitimiteit aan de woorden van de ingenieur.

Klimaatverandering. (2008). Over ons. <https://klimaatveranda.nl/bart-verheggen/>

⁸ Het Climate Change Media Partnership is een programma van The Earth Journalism Network dat journalisten helpt om klimaatkwesties beter te begrijpen en te verslaan.

Earth Journalism Network (z.d.). Climate Change Media Partnership.

<https://earthjournalism.net/projects/climate-change-media-partnership>

De media kunnen de besluitvormers (on)rechtstreeks beïnvloeden. Als de media-aandacht over de milieuproblematiek toeneemt zullen de politici waarschijnlijk ook meer aandacht schenken aan de problematiek omdat ze weten dat het een onderwerp van belang is. En als media er niet in slagen om rechtstreeks de politici te bereiken kunnen ze het ook onrechtstreeks doen door eerst het grote publiek te bereiken en de publieke druk op te voeren. Voor besluitvormers vormen massamedia-debatten een belangrijke indicator voor het belang van een onderwerp (Kriesi, 2001, p. 3; van Aelst en Walgrave, 2011, p. 298f). Massamedia-aandacht voor klimaatverandering kan daarom een situatie creëren "waarin het voor regeringen bevorderlijk is om te handelen, of moeilijk voor hen is om niet te handelen " (Newell, 2000, p. 94).

6.4 Hoe wordt de opwarming van de aarde behandeld?

De manier waarop de kwestie wordt behandeld, is in de loop van de tijd soms veranderd. Meestal gaat de aandacht van de media vooral uit naar natuurlijke gebeurtenissen, zoals overstromingen of hittegolven, enz. We kunnen inderdaad vaststellen dat de problematiek van een wetenschappelijk onderwerp in de jaren negentig overgaat in een economisch, sociaal en politiek onderwerp (Schäfer, 2015, p.856).

6.4.1 Vergelijkingen tussen landen:

De situatie in Europa:

De klimaatproblematiek heeft in sommige Europese landen van midden 2009 tot midden 2010 aan terrein gewonnen (Comby, 2012). Uit een studie over de manier waarop de problematiek van de opwarming van de aarde in de 28 landen van de Europese Unie wordt behandeld blijkt dat, tussen 2014 en 2019, de media-aandacht voor de opwarming van de aarde gestaag is toegenomen. In 2019 is het gemiddelde dagelijkse aantal artikelen over klimaatverandering 4,8 keer hoger dan het gemiddelde in 2014. De perioden van het jaar waarin de meeste artikelen worden gepubliceerd, vallen samen met de periodes waarin de conferenties over de opwarming van de aarde worden gehouden (Pianta en Sisco, 2020).

In Europa wordt de problematiek van de opwarming van de aarde meer gepresenteerd als een wetenschappelijke consensus dan als een onderwerp voor discussie in tegenstelling tot in de Verenigde Staten. Deze visie is echter enigszins ondermijnd door de 'Climategate' episodes (Comby, 2012).

In Frankrijk bevinden ze zich meer in een sensibiliseringsfase, waarbij journalisten de neiging hebben de nadruk te leggen op de gevolgen in plaats van op de oorzaken en oplossingen. (Comby, 2009). Deze trend is, wat men ook moge beweren, niet neutraal. Door de nadruk te leggen op de gevolgen in plaats van op oorzaken en oplossingen, impliceren journalisten dat de oorzaken ofwel fataal ofwel toevallig zijn en dat er niets kan worden veranderd. Dit leidt ertoe dat onze samenleving en haar op winstmaximalisatie gerichte productiemethoden niet in discussie worden gebracht (Comby, 2013).

6.4.2 Tendens tot het sensationele ten koste van rationaliteit en objectiviteit?

Zoals we eerder in deze thesis hebben gezien, is er een voortdurende spanning in de journalistieke gemeenschap tussen snelheid en nauwkeurigheid en tussen sensatiezucht en kwaliteit. De methoden die meeste journalisten gebruiken om een breder publiek te bereiken

zijn het gebruik van pakkende, sensationele titels en het gebruik van korte formats. Dit wordt door de deskundigen niet erg positief beoordeeld.

De milieujournalist van de Franse krant Le Monde, Hervé Kempf, benadrukt het belang van neutraliteit bij de behandeling van dit onderwerp, dat engagement, debat en het innemen van een standpunt uitlokt.

Om dichter bij de wetenschappelijke realiteit te staan, zou bijvoorbeeld de term "klimaatverandering" moeten worden gebruikt. Het is echter gebruikelijker de term "opwarming van de aarde" te lezen of te horen wanneer in de media over deze kwestie wordt gesproken (Comby, 2012).

Bovendien hebben de media vaak de neiging de spotlight te richten op een wetenschappelijk schandaal in plaats van op een verklarend werk dat in de loop van de tijd werd opgebouwd. De informatie die regelmatig door de media naar voren wordt gebracht, stemt bijgevolg niet altijd overeen met wat in de wetenschappelijke gemeenschap het belangrijkste is (Wolton, 1997).

6.4.3 The Guardian's verandering in de verslaggeving over de opwarming van de aarde

In 2019 besloot de Britse krant The Guardian de termen te veranderen die haar journalisten gebruikten om nauwkeuriger over de opwarming van de aarde te berichten. Zij hebben deze keuze gemaakt om de werkelijkheid en de wetenschappelijke kennis beter weer te geven. Zo hebben zij besloten de term "klimaatnoodsituatie, -crisis of -instorting" te gebruiken in plaats van "klimaatverandering".

De krant publiceerde ook een artikel waarin werd uitgelegd waarom de redacteurs besloten andere beelden te gebruiken wanneer zij het over de opwarming van de aarde hadden. Dit is gedaan om consistent te zijn met hun keuze voor de hierboven genoemde toonaanpassing en om consistent te zijn met de informatie die zij willen overbrengen. In hun artikel halen zij de onderzoeksorganisatie Climate Visuals aan, die stelt dat "de beelden die de klimaatverandering definiëren, bepalen hoe de problematiek wordt begrepen en welke acties daaruit voortvloeien".

Daarom besloten zij minder sensationele beelden te gebruiken van ongezonde ijsberen op een ijsschots en meer beelden van mensen. Deze foto's laten zien in welke mate de opwarming van de aarde het dagelijks leven van de mensen beïnvloedt. Terwijl de eerste keuze kan lijken te spreken over een abstract en verafgelegen onderwerp dat ons niet direct aangaat, hopen de journalisten met de tweede keuze het onderwerp menselijker en relevanter te maken en een gevoel van urgentie te wekken bij het grote publiek.

Informatieontwerp is een subcategorie van informatievevisualisatie, die tegenwoordig een integrerend deel uitmaakt van de informatieoverdracht en betrekking heeft op alle soorten visuele voorstellingen die de exploitatie, analyse en communicatie van gegevens vergemakkelijken. Informatieontwerp is een evenwicht tussen wetenschappelijke nauwkeurigheid, esthetiek, cognitieve doeltreffendheid en toegankelijkheid, die alle door de context worden bepaald (Fredriksson, 2015).

6.5 Communicatie van wetenschap

Wetenschap is een gecodeerde vorm van kennis die vertaald moet worden om begrepen te worden (Ungar, 2000).

6.5.1 *Uitbreiding van het aantal actoren dat bij het informatie-uitwisselingsproces betrokken is*

De eerste logica van het delen van wetenschappelijke inhoud was opgebouwd rond niet meer dan twee actoren via het beginsel van popularisering: de wetenschappers en het publiek. Bij dit proces zijn tegenwoordig ten minste vier actoren betrokken: wetenschap, politiek, communicatie en publiek. De overdracht van wetenschappelijke informatie is dus ingewikkelder geworden. Het gaat niet meer alleen om het doorgeven van informatie, maar ook om het organiseren van de betrekkingen tussen al deze actoren en het zorgen voor een minimum aan samenhang tussen hun visies. Het gaat er dus niet meer alleen om de waarden en kennis van wetenschappers over te brengen op het grote publiek (Wolton, 1997).

Als gevolg van deze evolutie kan men nu spreken van bemiddeling, mediatisering of valorisatie van onderzoek in plaats van popularisering. Wij zijn dus overgegaan van een simpel proces van popularisering naar een echt proces van communicatie (Wolton, 1997).

6.5.2 *Grens tussen journalistieke eisen en het melden van de werkelijkheid?*

De popularisering van de wetenschap heeft weliswaar een maatschappelijke waarde (Adam-Smith, 1987), maar is voor wetenschappers nogal riskant (Schneider, 1993). Het delen van wetenschappelijke waarnemingen via de massamedia kan dus nogal paradoxaal lijken. De processen, tijdschema's, taal en misschien zelfs de waarden van wetenschappers en journalisten lijken inderdaad te verschillend om samengebracht te kunnen worden (Henderson 1998, p439). Bovendien strijden beide partijen om wat zij als eerlijk en objectief beschouwen te bevorderen (Reed, 2001).

Wetenschappers zien hun werk als technisch, neutraal en apolitek, terwijl journalisten waarde hechten aan individualisme, creativiteit en scepticisme ten aanzien van autoriteit en zelfs wetenschappelijke resultaten. Wetenschappers vinden dat journalisten de neiging hebben wetenschappelijke dubbelzinnigheden te simplificeren en zich te richten op sensationele invalshoeken om de aantrekkingskracht van hun verhalen te vergroten (Hiles en Hinnant, 2014).

Dat wetenschappers in staat zijn resultaten in wetenschappelijke tijdschriften of met collega's te communiceren, garandeert niet dat zij communicatievaardigheden hebben verworven (Handerson-Sellers, 1998). Sommige wetenschappers beschikken nochtans over bepaalde vaardigheden om in de media te communiceren. Dit is het geval van Steve Schneider (1989), die twee conclusies heeft getrokken uit zijn interacties met de media. De eerste is dat niemand de details van een bepaald verhaal in de media moet geloven, hoewel de algemene idee waarschijnlijk juist is. Ten tweede raakte hij ervan overtuigd dat de enige succesvolle strategieën voor de interactie van wetenschappers met de media waren: "helemaal niet, of heel veel".

Peters (1995) identificeert de meest fundamentele verschillen tussen deskundigen en journalisten:

- *Journalisten hechten meer belang aan een kritische functie van de massamedia dan deskundigen,*
- *Journalisten accepteren gemakkelijker een entertainmentfunctie van de massamedia dan deskundigen,*
- *Deskundigen en journalisten verschillen in hun voorkeursstijl van verslaggeving (deskundigen hebben minder begrip voor de journalistieke noodzaak om lezers aan te trekken en te boeien door middel van bepaalde stijlelementen),*
- *Deskundigen verwachten dat de media hun doelen steunen, terwijl journalisten onverschillig staan tegenover de doelstellingen van de deskundigen,*
- *Als het hun doelstellingen ondersteunt, willen deskundigen dat de media het publiek meer beïnvloeden dan journalisten bereid zijn te doen,*
- *Deskundigen en journalisten verschillen van mening over hun respectieve rollen en de mate van controle die beide partijen moeten uitoefenen op het communicatieproces,*

Dunwoody (1982) legt uit dat terwijl journalisten regelmatig klagen over het gebruik van jargon en gespecialiseerde woordenschat door wetenschappers, wetenschappers geschokt waren door de "onnauwkeurigheden" in de mediacommunicatie. Henderson (1998) benadrukt de overdrijving van journalisten in de krantenkoppen.

Handerson-Sellers (1998) beweert dat het zelfs voor de meest ervaren communicator moeilijk is om wetenschappelijke feiten accuraat te rapporteren. Het is duidelijk dat de feiten die door wetenschappers aan de media worden gerapporteerd, op een heel andere manier aan het grote publiek zullen worden overgebracht. De uiteindelijke boodschap zal zeer zeker verschillen van de verwachtingen en overtuigingen van de wetenschappers (Dunwoody, 1982; Mormont en Dasnoy, 1995). Journalisten kunnen worden gezien als vertalers van de wetenschap (Hiles en Hinnant, 2014). Dit kan echter leiden tot een aantal onnauwkeurigheden wanneer journalisten bepaalde wetenschappelijke onzekerheden willen negeren om het onderwerp minder dubbelzinnig te maken (Collins, 1987).

Journalisten en wetenschappers moeten echter een vertrouwensrelatie in stand houden. Door relaties met wetenschappers te onderhouden kunnen journalisten hun kennis en begrip van het onderwerp ontwikkelen (Collins en Evans, 2008). Wetenschappers zijn immers de belangrijkste bron van informatie voor milieujournalisten (Hiles en Hinnant, 2014). Ze kunnen journalisten alle instrumenten in handen geven om wetenschappelijke informatie op de meest objectieve en pedagogische manier te rapporteren (Olivier).

6.5.3 De obstakels die de milieujournalisten tegenkomen

Volgens Dominique Wolton, oprichter en directeur van het ISCC ⁹(2007-2013) en directeur van de internationaal tijdschrift *Hermès*, zit de journalistiek gevangen in een paradox. Journalisten maken al dertig jaar een legitimiteitscrisis door, terwijl de hoeveelheid geproduceerde en verspreide informatie nog nooit zo groot is geweest en terwijl de waarde van informatie voortdurend wordt benadrukt. Verder stelde hij dat er, vooral in de wetenschapsjournalistiek, niet genoeg journalisten zijn.

We stellen ook vast een groot aantal problemen waarmee journalisten worden geconfronteerd wanneer zij over het milieu willen berichten. In een artikel uit 2009 somt de milieuorganisatie WWF sommige van deze obstakels op:

⁹ L'Institut des Sciences de la Communication du CNRS (Centre National de la Recherche Scientifique).

- Het gebrek aan milieu- en wetenschappelijke opleiding. Journalisten zonder gespecialiseerde opleiding zullen complexe milieoverslaggeving waarschijnlijk helemaal links laten liggen,
- De beperkte toegang tot overheidsgegevens over milieubehoud,
- De bedreigingen die zij privé en beroepsmatig ondervinden van bosmaffia's,
- De korte aandacht spanne van hun publiek in een maatschappij die draait om consumentisme en het feit dat milieuverhalen vaak complex zijn en moeilijk te verslaan,
- De informatieverstrekking over veel milieukwesties wordt in hoge mate beïnvloed door de belangen van de overheid en grote bedrijven. Deze twee sferen beïnvloeden voortdurend de voorstelling die de media van milieukwesties geven, waardoor de perceptie van het publiek beïnvloedt;
- De belangstelling voor het klimaat is lang naar de achtergrond verschoven ten opzichte van andere kwesties die van invloed zijn op het internationale scenario. Wildlife journalisten hebben soms te maken met de prioriteit van andere kwesties zoals terrorisme, armoede, economie, politiek en internationale betrekkingen;
- Journalisten hebben te kampen met een gebrek aan opleiding, middelen of steun van nieuwsredacties of sponsors.

Afgezien van de bedreigingen waarmee milieujournalisten worden geconfronteerd, kan hun werk nog veel gevaarlijker zijn. Tussen 2005 en 2016 zijn wereldwijd ten minste 40 milieujournalisten vermoord.

Volgens Eric Freedman, de directeur van de universiteit Knight Center voor milieujournalistiek zijn journalisten kwetsbaar omdat nieuws over de milieusituatie vaak verband houdt met economische macht, politieke macht, machtige bedrijven, corruptie en incompetentie bij de overheid, en in veel gevallen, vooral in de ontwikkelingslanden, conflicten over inheemse rechten op natuurlijke hulpbronnen en land.

6.6 Opwarming van de aarde: politieke consensus of controversiële kwestie?

Om zoveel mogelijk objectiviteit te bereiken proberen journalisten zowel de positieve als de negatieve kanten van elk verhaal te melden (Tuchman, 1972, p.665). Publicrelations-bureaus en dissidente wetenschappers hebben nochtans twijfel gezaaid over de realiteit van de opwarming van de aarde (Gelbspan, 2005; J. Greenberg, Knight, en Westersund, 2011). Dit leidde uiteindelijk tot misleiding van journalisten en het grote publiek. Veel geleerden hebben immers problemen geconstateerd in de manier waarop vanaf de jaren tachtig tot ongeveer 2005 over de opwarming van de aarde werd gerapporteerd (Antilla, 2005; Brossard, Shanahan, en McComas, 2004, Liu, Vedlitz, en Alston, 2008; McComas en Shanahan, 1999; Trumbo, 1996; Zehr, 2000).

Journalisten, in hun zoektocht naar evenwicht en nauwkeurigheid (Gelbspan, 2005), probeerden iedereen een stem te geven en genuanceerde standpunten uit te dragen. De Amerikaanse media hebben bijvoorbeeld de neiging gehad om wetenschappelijke onzekerheid en controversie te benadrukken (Brossard et al., 2004; Zehr, 2000). Als gevolg daarvan is de opwarming van de aarde uiteindelijk gepresenteerd als een onderwerp van debat, terwijl dat in werkelijkheid niet zo is (Boykoff en Boykoff, 2004).

Verbeteringen konden echter worden waargenomen na de publicatie van Boykoff en Boykoff in 2004. In de daaropvolgende jaren werd de berichtgeving over de opwarming van de aarde meer een wetenschappelijke consensus dan een controversiële kwestie (Boykoff, 2007; Block, 2010). De wetenschap werd steeds minder in twijfel getrokken en de stem van de klimaatsceptici werd steeds minder gehoord (Antilla, 2005). In veel media wordt echter nog steeds massaal verwezen naar het "klimaatveranderingsdebat", een term die het grote publiek nog steeds misleidt (Boykoff, 2010).

6.6.1 Ruimte voor verschillende meningen? Ook deze van klimaatsceptici?

Een klimaatscepticus kan worden gedefinieerd als iemand die twijfelt aan de door de mens veroorzaakte klimaatverandering en gelooft dat het een natuurlijk verschijnsel is. Een van de risico's van de klimaatsceptici die zich uitspreken, is dat zij twijfel zaaien over de huidige stand van zaken, terwijl de feiten onbetwistbaar zijn. Zij proberen op de onzekerheid in te spelen om het debat aan te wakkeren (Boykoff & Boykoff, 2004), terwijl uit de IPCC-rapporten herhaaldelijk is gebleken dat de opwarming van de aarde in de afgelopen 50 jaar aan de mens is toe te schrijven. Vele andere wetenschappers hebben dit ook bevestigd (Antilla, 2005).

Uit het evenwicht vloeit de eis van neutraliteit voort, die van journalisten eist dat zij bij controverses aan beide kanten evenveel stem en ruimte geven (Entman, 1989). Wanneer het echter om wetenschappelijke kwesties gaat, vereist deze norm normaliter dat aan beide kanten evenveel gewicht wordt toegekend, alsof ze wetenschappelijk even relevant zijn, terwijl dat niet zo is (Gelbspan, 1998). De massamedia hebben bijgevolg te veel aandacht besteed aan dissidente wetenschappers in vergelijking met hun vertegenwoordiging in de wetenschappelijke gemeenschap (Oreskes, 2005).

Rens Vliegthart¹⁰ nuanceert deze stelling. Hij denkt dat het belangrijk is dat de standpunten van de klimaatsceptici worden verwoord. Het aantal klimaatsceptici is echter veel kleiner dan het aantal mensen dat de door de mens veroorzaakte opwarming van de aarde erkent. Daarom is het, zelfs als zij een stem krijgen, belangrijk dat de ruimte die aan klimaatsceptici wordt gegeven, een afspiegeling is van de realiteit en van de proporties die zij in onze samenleving daadwerkelijk vertegenwoordigen.

Volgens Stefan C. Aykut, politicoloog en wetenschapssocioloog, is het, zelfs als het argument van de symmetrie en het recht om voor iedereen te spreken wordt aangevoerd, moeilijk om symmetrie uit te oefenen tussen het woord dat aan wetenschappers wordt gegeven en het woord dat aan klimaatsceptici wordt gegeven. Volgens hem zijn er enerzijds specialisten van het klimaat, wier kennis is gebundeld in de IPCC-rapporten, en is er anderzijds een minderheid van mensen die onzekerheid willen creëren. Alexandre Shields ondersteunt deze bewering, volgens hem: "Om de problematiek van de opwarming van de aarde aan te pakken, moet je je baseren op feitelijk bewijs. Het meest solide feitelijke bewijs zijn de IPCC-rapporten, bijgevolg hebben klimaatsceptici geen plaats in het publieke debat."

¹⁰ Hoogleraar Media en Samenleving bij de Amsterdam School of Communication Research (ASCoR), Universiteit van Amsterdam. He is tevens wetenschappelijk directeur van ASCoR.

Vanwege deze journalistieke normen hadden journalisten de wetenschappelijke consensus over de opwarming van de aarde verdraaid door ongeveer evenveel ruimte (Boykoff, 2005) of zelfs meer ruimte (Verheggen, 2017) te geven aan dissonante wetenschappers. Het regelmatig citeren van journalisten die de opwarming van de aarde ontkennen, is onverantwoordelijk en een vertrouwensbreuk (Gelbspan, 2005, p78-79). Yanick Villedieu, journalist uit Quebec, is van mening dat een stem geven aan klimaatsceptici een verspilling van kostbare tijd is.

In een studie werd de berichtgeving over de opwarming van de aarde in de media onderzocht in zes verschillende landen: Frankrijk, Zweden, Portugal, Duitsland, de Verenigde Staten en het Verenigd Koninkrijk. Uit de studie bleek dat in vier van de zes geanalyseerde landen alleen media met een beperkt publiek, die zich richten op de hoger opgeleide delen van het publiek, de standpunten van de klimaatsceptici presenteerden. Deze keuze wordt gemaakt omdat journalisten vinden dat informatie in deze context op een meer specifieke manier moet worden behandeld en dus ook tegenstrijdige standpunten moet bevatten om aan de norm van objectiviteit te voldoen.

Bovendien, bestaan er specifieke opiniepagina's of -rubrieken die tot doel hebben een breed scala van verschillende meningen te verspreiden. Dit helpt het maatschappelijk debat te bevorderen en meningsverschillen op te helderen (P. van der Sluijs, 2010).

In dit hoofdstuk hebben wij een overzicht gegeven van milieujournalistiek, die de laatste jaren aan populariteit heeft gewonnen, onder meer dankzij de verschillende wetenschappelijke publicaties die de laatste jaren zijn verschenen.

Zoals vermeld in het eerste deel over de journalistiek in het algemeen, is de rol van milieujournalisten niet beperkt tot het verstrekken van informatie. Ook al is deze rol zeer belangrijk, moeten zij ook de informatie selecteren die zij willen doorgeven en deze "vertalen", de wetenschappelijke informatie "populariseren" om deze aan een zo groot mogelijk publiek te kunnen doorgeven en hen tot actie aan te zetten. Dit is de rol van journalisten als intermediair tussen wetenschappers en het publiek.

Wat de rol van journalisten ten opzichte van politici betreft, is de belangrijkste idee die naar voren komt dat hoe meer een onderwerp in de media aan de orde komt, hoe meer belang politici eraan zullen hechten. Journalisten kunnen dus (in)directe druk uitoefenen op politici om belang te hechten aan een onderwerp.

Vervolgens kan worden vastgesteld dat het thema milieujournalistiek en wetenschapscommunicatie complex onderwerpen zijn die gevolgen hebben op veel verschillende sectoren, zoals de economische, de politieke en de sociale sector.

De relatie tussen journalisten en wetenschappers is ook vrij complex als gevolg van de verschillende verwachtingen en werkmethoden van beide partijen.

Wat tenslotte de plaats betreft die al dan niet aan de klimaatsceptici moet worden toegekend, vereisen bepaalde journalistieke normen een zeker evenwicht bij de verdeling van het woord. Er moet echter voor worden gezorgd dat de plaats van de klimaatsceptici in de media hun plaats in de samenleving weerspiegelt.

7. Energietransitie

In het tweede deel van deze scriptie zullen we bestuderen hoe een bepaald klimaatgerelateerd onderwerp wordt behandeld in twee verschillende kranten. Dit is een cruciale stap om een vergelijking te kunnen maken tussen de theorie en wat in de praktijk wordt waargenomen. Het onderwerp is de energietransitie. Alvorens verder te gaan met dit deel, achtte ik het noodzakelijk nogmaals enige achtergrond en uitleg te geven over het onderwerp.

De energietransitie is een onderwerp waarover we steeds vaker om ons heen horen, vooral in de media. Deze verandering in onze gewoonten is noodzakelijk, met name vanwege de toenemende schaarste van fossiele brandstoffen (Battiau, 2008; Deshaies et Baudelle, 2013) en de ecologische impact die fossiele brandstoffen hebben op onze planeet (Merlin, 2008; Tsayem-Demaze, 2009, 2011). Daarom heb ik besloten dit onderwerp van naderbij te bestuderen en een analyse te maken van de berichtgeving in de media.

De energie transitie wordt gedefinieerd door de Vlaamse Regulator van de Elektriciteits- en Gasmarkt (VREG) als volgt: “De energietransitie is het omvormen van het huidige energiesysteem naar een decentraal koolstofarm systeem, met een energievoorziening die zoveel mogelijk steunt op hernieuwbare, koolstofarme energiebronnen zoals zonne- en windenergie”.¹¹ Deze energietransitie gaat ook over meer lokale energieproductie en -opslag en op soberder en efficiënter energiegedrag om de nefaste gevolgen voor het milieu te beperken. Om dit te bereiken zullen nieuwe technologieën worden gebruikt en aan elkaar worden gekoppeld.

België is, samen met Finland, Denemarken, Duitsland, Oostenrijk en Nederland, een van de pioniers bij het bevorderen van doelstellingen voor hernieuwbare energie en klimaatonderhandelingen. Deze landen maken deel uit van de zogenaamde "groene cluster". Het risico bestaat dat zij hun inspanningen zullen verminderen nu zij hun voorsprong aan het verliezen zijn en andere landen hun voorbeeld beginnen te volgen (de la Esperanza, Pérez, Scholten, Smith Stegen; 2019).

Hoewel dit concept in de loop der jaren steeds meer aan populariteit wint. Het begrip "energietransitie" is niet nieuw, de term werd reeds in 1912 gebruikt door Giacomo Ciamician, een Italiaanse scheikundige, tijdens het achtste Internationale Congres voor Toegepaste Scheikunde in New York. Hij pleitte voor het vervangen van fossiele brandstoffen door zonne-energie.

Een algemene bewustwording van het Westen kan worden waargenomen in de jaren zeventig na de publicatie van "Stop de groei"¹² van de Club van Rome in 1972. In hetzelfde jaar, na de conferentie van Stockholm, die dat jaar plaatsvond, groeide op mondiaal politiek niveau het besef dat het ontwikkelingsmodel moest worden gewijzigd. (Tsayem-Demaze, 2009, 2011). Deze gebeurtenissen waren slechts de eerste stappen in de bewustmaking van dit onderwerp,

¹¹ Energietransitie. (2019). VREG. <https://www.vreg.be/nl/energietransitie>

¹² Het is een publicatie geschreven door Donella H. Meadows, Dennis L. Meadows, Jorgen Randers en William W. Behrens waarin wordt uitgelegd dat, als de groeitrends van die tijd in hetzelfde tempo doorgaan, de grenzen van de aarde in de komende 100 jaar zullen worden bereikt. Passell, B., & Ross, M. R. en Leonard. (1972) . The Limits to Growth. The New York Times. <https://www.nytimes.com/1972/04/02/archives/the-limits-to-growth-a-report-for-the-club-of-romes-project-on-the.html>

maar pas aan het eind van de jaren tachtig en het begin van de jaren negentig, met de Conferentie van Rio, werd de noodzaak van een verandering van het ontwikkelingsmodel op grotere schaal erkend (Jégou, 2007b, Brunel, 2009).

7.1 De uitdagingen van de energietransitie

- De vermindering van de CO₂-uitstoot,
- De schaarste van fossiele brandstoffen,
- Beveiliging van energiesystemen omdat kernenergie uiteindelijk zal worden opgegeven,
- Vermindering van het energieverbruik,
- De gezondheid van de mensen beschermen,
- Op economisch vlak zou de energietransitie ook de uitgaven verminderen, de prijsschommelingen beperken en het concurrentievermogen en de rentabiliteit bevorderen.

7.2 Vijf obstakels geïdentificeerd door de Secretaris-Generaal van de Verenigde Naties: Antonio Guterres

- Opslag van uit hernieuwbare energie opgewekte elektriciteit,
- De levering van onderdelen en grondstoffen,
- Complexiteit van de administratieve procedures rond hernieuwbare energie,
- Voortdurende subsidiëring van fossiele brandstoffen door sommige landen,
- Gebrek aan particuliere en overheidsinvesteringen in hernieuwbare energie.

Het is ook belangrijk te weten dat alle energiebronnen voor- en nadelen hebben. Hernieuwbare energiebronnen vergen menselijk ingrijpen en hebben daarom gevolgen voor het milieu, hetzij omdat zij een bepaald gebruik van ruimte of natuurlijke hulpbronnen vergen, hetzij vanwege de daaruit voortvloeiende vervuiling (Cassoret, Lalonde, 2020).

7.3 Prijsstijgingen

De beschikbare voorraad fossiele energie neemt in de loop van de tijd af. Naarmate componenten schaarser worden, zal de prijs van deze energie stijgen. Deze prijsstijgingen moedigen dus energie-efficiëntie aan, bevorderen indirect het gebruik van hernieuwbare energiebronnen en maken investeringen op dit gebied geleidelijk rendabel (de Perthuis, 2017).

De oorlog in Oekraïne heeft geleid tot een energiecrisis, die grote gevolgen heeft voor Europa gezien onze afhankelijkheid van gas en olie uit Rusland. Deze gebeurtenis heeft geleid tot een snellere bewustwording van de mensen, die daardoor een zuiniger gedrag aan de dag leggen.

In het algemeen zullen stijgende energieprijzen de energietransitie van mensen en hun keuze voor groene energie versnellen (Clifford, 2022). Om onafhankelijk te worden van de invoer van fossiele brandstoffen uit Rusland, kunnen we ons wenden tot duurzamere oplossingen, zoals wind- en zonne-energie.

Hogere prijzen, ook al zijn ze van tijdelijke aard, zetten consumenten aan het denken over alternatieven maar prijsstijgingen alleen zullen niet volstaan om alle gestelde doelen te bereiken.

7.4 De randvoorwaarden voor een succesvolle energietransitie

Het is belangrijk te beseffen dat internationale samenwerking en coördinatie nodig zijn om de energietransitie mogelijk en succesvol te maken (Kellogg, 2022). Bovendien is de uitvoering van deze energietransitie en de invoering van hernieuwbare energie niet eenvoudig. Het vereist technische, politieke, economische en sociale systemen die radicaal verschillen van de huidige systemen voor fossiele en nucleaire energie.

Deze energietransitie heeft daarom alleen zin in een nieuw institutioneel kader waarin de burgers zich weer verantwoordelijk voelen voor de energieproblematiek en waarin de energie-exploitatie wordt gedecentraliseerd. Hernieuwbare energiebronnen zijn dan ook geen wondermiddel dat fossiele brandstoffen kan vervangen zonder technische, politieke, economische en sociale aanpassingen. De uitdaging bestaat er dus in onze relatie met de wereld, met de natuur en met de technologie te veranderen, en uiteindelijk onze instellingen en onze praktijken te veranderen (Raineau, 2011).

Nu we de mening van specialisten en alle theorie over de rol van (milieu)journalisten, de media en over het onderwerp dat in het analysegedeelte zal worden bestudeerd kennen, leek het mij interessant te weten wat mensen, burgers van alle leeftijden, denken over deze verschillende kwesties. Dit zijn de mensen die de verschillende media consumeren en die rechtstreeks betrokken zijn bij de informatie die door journalisten wordt doorgegeven. Daarom heb ik een vragenlijst opgesteld, die in het volgende hoofdstuk nader zal worden toegelicht.

Deel 2: Enquête en analyse van artikelen

8. Definitie van de onderzoeksvraag en -methode

Het doel van deze scriptie is de rol van de media bij de verspreiding van informatie over het milieu en aanverwante onderwerpen te definiëren. Om dit doel te bereiken trachten wij namelijk de volgende vraag te beantwoorden: "In hoeverre moeten de media louter verslag uitbrengen en in welke mate moeten zij een wake-up call geven?"

Om dit doel te bereiken, heb ik twee verschillende methodes gebruikt:

1. Een enquêteformulier waarmee ik de in de theorie verzamelde informatie kan vergelijken met de mening van de burgers.

Om deze enquête uit te voeren, heb ik een google-formulier in het Frans gemaakt dat ik heb gedeeld op mijn sociale netwerken Facebook en LinkedIn en met mensen uit mijn omgeving.

Ik heb voor Facebook gekozen omdat ik, hoewel ik niet meer erg actief ben op dit netwerk, er de meeste contacten van verschillende leeftijden heb ((oud-)klasgenoten, oud-leraren, oudere familieleden, enz.). Dus dacht ik dat dit netwerk mij in staat zou stellen antwoorden te krijgen van mensen van verschillende leeftijden. Nog meer als deze mensen mijn enquête op hun eigen Facebook-pagina delen. Bovendien ben ik lid van verschillende studentengroepen op Facebook en ik dacht dat ik door deze vragenlijst op deze groepen te delen meer deelnemers zou kunnen krijgen.

Ik heb de enquête ook gedeeld op LinkedIn, omdat ik daar contacten heb van mensen met dezelfde interesses als ik, vooral beroepsmatig. Ik ben bijvoorbeeld verbonden met mensen die werken in het bedrijf waar ik stage heb gelopen, enz.

De vragenlijst stond open voor iedereen en omvatte 16 vragen, waarvan er twee betrekking hadden op de deelnemer, één om een idee te krijgen van de gemiddelde leeftijd van de deelnemers en één om na te gaan in welke sector de deelnemers meestal werken (de details al de vragen zijn te vinden in bijlage 1).

De vragenlijst bestond uit 14 vragen over de mening van de deelnemers over de rol van de media in het algemeen en in verband met de opwarming van de aarde. Het doel was de vragen zo neutraal mogelijk te formuleren om de deelnemers niet te beïnvloeden. Daarom zet ik bij meerkeuzevragen een stelling en zijn tegengestelde.

Ik heb ook "andere" rubrieken toegevoegd, zodat de deelnemer zijn mening kon geven. Bovendien waren 7 van de 14 vragen open vragen, zodat de deelnemer zijn mening kon geven en zijn commentaar kon toelichten.

Het formulier ging live op 23 juli 2022 en ik was klaar met het verzamelen van de resultaten op 10 augustus 2022. Het formulier was dus gedurende 18 dagen beschikbaar en telt 75 respondenten.

2. Een analyse van hoe Vlaamse kranten (twee in het bijzonder) omgingen met een specifieke kwestie in verband met klimaatverandering. Die kwestie is de energietransitie.

De artikelen werden verzameld via een door de universiteit verstrekt digitaal abonnement op de twee kranten. De meeste kranten hebben nu een digitale versie van al hun artikelen via een website of app die gedurende de dag meerdere malen worden vernieuwd.

Aangezien ik in april 2022 ben begonnen met het zoeken naar artikelen, heb ik 6 april 2022 als uiterste datum voor de inzameling van de artikelen vastgesteld. Vervolgens heb ik de begindatum voor de zoekactie vastgesteld op 6 januari 2022. Ik moest uiteraard een onderzoeksperiode afgrenzen en kon een vrij gevarieerd en interessant gegevensbestand van artikelen over deze periode verzamelen.

Ik heb gekozen voor een analyse van de pers omdat zoals meermaals in dit werk werd vermeld, zijn (online) artikels, hoewel er tegenwoordig andere manieren zijn om aan informatie te geraken, nog steeds een bron van informatie die door vele Vlamingen wordt gebruikt (cijfers zullen in het volgende deel worden meegedeeld). Bovendien gaf het analyseren van artikelen mij duidelijkere informatie om te analyseren en een interessante en uitgebreide gegevensbank.

Aangezien deze masterproef in het Nederlands is geschreven, was het logisch om de Nederlandstalige pers te analyseren. Als ik mijn categorisering tot dit taalcriterium beperkte, bleef uiteraard ook de Nederlandse pers over. Omwille van de nauwkeurigheid heb ik echter besloten om ook deze categorie te schrappen en me uitsluitend te richten op de Vlaamse pers en meer specifiek op twee kranten; Het Laatste Nieuws en De Standaard.

9. Enquêteformulier

Om de verschillende antwoorden te analyseren en de thema's en meningen die het vaakst naar voren komen te kunnen waarnemen, zal ik een thematische analyse uitvoeren. Daartoe heb ik eerst de meningen van de 75 deelnemers over de verschillende vragen verzameld.

In dit geval gaat het om een semantische benadering waarbij ik de gegeven antwoorden als zodanig zal analyseren. Zodra ik vond dat ik voldoende meningen had, heb ik alle antwoorden verzameld en ze niet per deelnemer maar per vraag gerangschikt om een overzicht van de meningen van de deelnemers te krijgen.

Vervolgens moest ik bij het doornemen van de gegevens een bepaalde "code" opstellen die mij in staat zou stellen bepaalde termen, bepaalde uitdrukkingen onder hetzelfde thema te verzamelen. Uit deze codes worden een aantal thema's bepaald.¹³

Door deze stappen kon ik bepalen de meest terugkerende meningen en ideeën identificeren en ze vergelijken met de gegevens die in het theoretische deel hierboven waren verzameld. Dit zal in de volgende paragrafen worden besproken.

Het is vrij moeilijk te beweren dat deze antwoorden weergeven wat de meerderheid van de bevolking denkt. Inderdaad, afhankelijk van de streek, de leeftijd, de omgeving waarin men leeft, enz. heeft iedereen zijn eigen perceptie van de zaken. Gezien de tijdsbeperkingen en de beperkingen van het werk, was het voor mij onmogelijk een onbepaald aantal mensen te interviewen. Dus zette ik het formulier een paar weken online en kreeg 75 reacties.

Ik ben me ervan bewust dat aangezien ik de formulieren op mijn netwerken heb gedeeld, een groot aantal van de mensen die de vragenlijst hebben beantwoord, waarschijnlijk tot mijn (min of meer) naaste omgeving behoren. Dit gezegd zijnde, weet ik dat verschillende mensen de vragenlijst hebben gedeeld met anderen die hem ook hebben gedeeld en dat veel mensen de vragenlijst hebben beantwoord zonder dat ik wist wie zij waren.

Dankzij de vragen over de leeftijd en de functie van de deelnemers kan ik echter wel beweren dat de steekproef van mensen die gereageerd hebben, vrij divers is.

Van de 75 respondenten zijn er namelijk 26 tussen 18 en 25 jaar oud (d.w.z. 34,7%), 23 tussen 25 en 40 jaar oud (d.w.z. 30,7%), 22 tussen 40 en 55 jaar oud (d.w.z. 29,3%) en 5 ouder dan 55 jaar (d.w.z. 6,7%) (zie bijlage 1).

Sommige antwoorden kwamen van studenten uit verschillende studierichtingen, zoals meertalige communicatie en logopedie (niet alle studenten gaven aan in welke studierichting zij zaten). Maar ik heb ook antwoorden verzameld van mensen die op zeer verschillende gebieden werkzaam zijn, zoals een computerwetenschapper, een ontwerper, een ambtenaar, een inspecteur-generaal bij SPW, een bibliothecaris, een verpleegster, werkzoekenden, een gepensioneerde, een fysiotherapeut, een slager, consultants, ingenieurs, leraren, enz.

¹³ In bijlage 1 vindt u de details van deze stappen, waarbij ik voor elk woord, werkwoord en uitdrukking die met hetzelfde thema overeenkwamen, een kleurcode heb bepaald. Aan de hand van deze kleurcode kon ik het aantal antwoorden dat onder hetzelfde thema kon worden gegroepeerd identificeren en vervolgens de percentages berekenen die u in de onderstaande analyse zult aantreffen.

Gezien de grote diversiteit onder de deelnemers kan ik concluderen dat de antwoorden betrekkelijk representatief¹⁴ kunnen zijn, aangezien zij niet een enkele groep mensen vertegenwoordigen, van een bepaalde leeftijd, werkzaam in een bepaalde sector.

De eerste vraag die hen over dit onderwerp werd gesteld, was de volgende: “Wat vind je van de manier waarop de problematiek van de opwarming van de aarde in de media wordt behandeld?”

De deelnemers konden dan verschillende antwoorden aankruisen uit deze verschillende keuzes:

- Ze praten er te veel over.
- Ze praten er niet genoeg over.
 - o 46,7% van de deelnemers.
- De verslagen zijn te alarmistisch.
 - o 28% van de deelnemers.
- De verslagen zijn niet alarmistisch genoeg.
- De media zijn predikers.
- De media zijn niet geëngageerd genoeg.
 - o 44% van de deelnemers.
- Burgers krijgen te vaak de schuld, hoewel zij alleen de situatie niet kunnen veranderen.
 - o 56% van de deelnemers.
- De media proberen de burgers bewust te maken van de schadelijke gevolgen van bepaalde gewoonten en zij hebben gelijk.
 - o 29,3% van de deelnemers.
- Andere...

10 mensen vinkten het vakje "andere" aan en deelden hun eigen mening. 50% van hen zijn van mening dat het onderwerp slecht wordt geanalyseerd:

- Hetzij vanwege de invloed van de kapitalistische wereld waarin we leven,
- Hetzij vanwege het gebrek aan opleiding van journalisten,
- Hetzij vanwege het feit dat journalisten niet de nadruk leggen op de juiste elementen zoals de belangrijkste oorzaken,
- Hetzij vanwege het feit dat het nooit de echte schuldigen zijn die worden beschuldigd,
- Hetzij vanwege het feit dat de problemen die met dit onderwerp verband houden nooit worden behandeld, zoals de politieke, sociaal-politieke of economische gevolgen.

Nadat ik het onderwerp had ingeleid met een meerkeuzevraag, vroeg ik de deelnemers wat volgens hen de rol van de media was wat de problematiek van de opwarming van de aarde betreft.

Deze vraag was een open vraag die door 72 deelnemers werd beantwoord.

- In 38,9 % van de antwoorden werd het idee van het informeren en overbrengen van informatie naar voren gebracht,

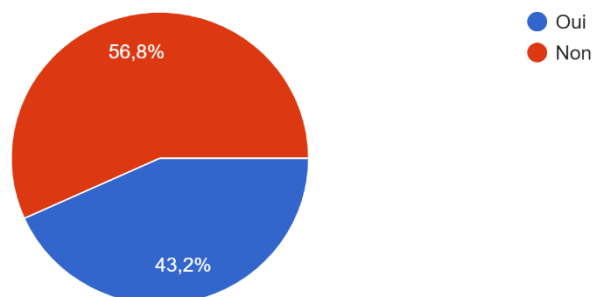
¹⁴ Opnieuw "relatief representatief" gezien de omstandigheden, het aantal deelnemers en de tijd dat de vragenlijst online stond.

- 22,2 % van de deelnemers is van mening dat het ook de rol van de media is om de burgers bewust te maken, sensibiliseren,
- In 11,1 % van de antwoorden hebben de deelnemers het over het idee dat de media oplossingen of ideeën moeten voorstellen om de burgers te helpen hun gewoonten te veranderen,
- 9,7% van de deelnemers vindt het ook belangrijk dat de verstrekte informatie door wetenschappers en deskundigen zelf wordt gevalideerd en dat zij zelf op de voorgrond worden geplaatst,
- 8,9% van de deelnemers slaan een iets ernstiger toon aan en zeggen dat de rol van journalisten erin bestaat de bevolking te waarschuwen, te alarmeren, in paniek te brengen,
- Ten slotte, in 6,9% van de antwoorden, het idee dat hun rol erin bestaat *de massa, het grote publiek te informeren*.

Aangezien ik niet wist hoe de deelnemers de vragen zouden beantwoorden, of zij de vragen op dezelfde manier zouden interpreteren als ik ze wilde stellen, stelde ik ook gesloten vragen waarop zij met ja of nee moesten antwoorden. Vervolgens kregen zij de gelegenheid om hun antwoord toe te lichten.

Op de vraag "Denk je dat hun rol beperkt is tot het verstrekken van informatie?", antwoordde 56,8% van de deelnemers "neen".

Pensez-vous que leur rôle se limite à la transmission d'informations ?
74 réponses



Figuur 1: Resultaten van mijn enquête vraag 5

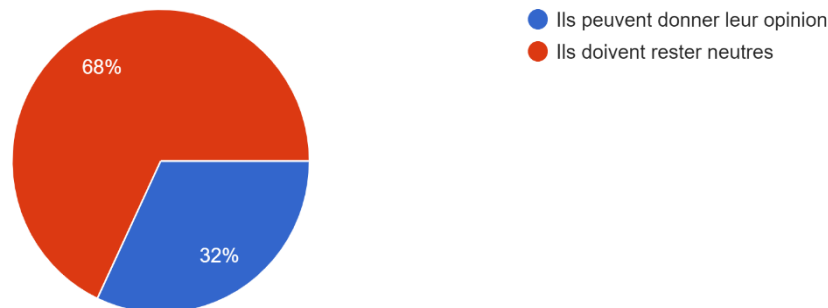
55 mensen gaven aan waarom zij denken of niet denken dat de rol van journalisten beperkt is tot het verstrekken van informatie.

- Van deze mensen vindt 27,3 % dat de media niet alleen moeten informeren, maar ook een standpunt moeten innemen en de burgers tot actie moeten aanzetten,
- Ook hier vindt 10,9 % van de ondervraagden dat de media advies en oplossingen moeten geven,
- 10,9% van de deelnemers vindt ook dat het een kwestie van de democratie is, namelijk dat journalisten informatie doorgeven en dat het vervolgens aan de mensen is om te beslissen wat zij willen doen met de informatie die zij hebben ontvangen.

Op de vraag "Vind je dat journalisten hun mening mogen geven wanneer zij deze kwestie behandelen of moeten zij neutraal blijven", hebben alle deelnemers geantwoord en 68% van hen vindt dat zij neutraal moeten blijven.

Les journalistes peuvent-ils, selon vous, donner leur opinion lorsqu'ils traitent de cette problématique ou doivent-ils rester neutres?

75 réponses



Figuur 2: Resultaten van mijn enquête vraag 7

41 mensen besloten hun antwoord te ontwikkelen.

Er worden verschillende argumenten gegeven waarom journalisten neutraal moeten blijven. Eén hoofdreden valt niet noodzakelijk op. Hier volgen enkele voorbeelden van de gegeven antwoorden;

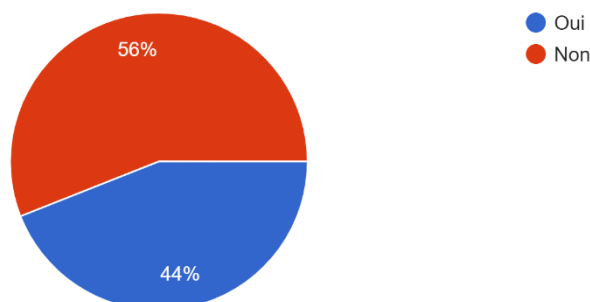
- De taak van journalisten is om wetenschappers voor het voetlicht te brengen en de juiste vragen te stellen aan de juiste personen (9,8%),
- Sommigen zeggen dat zij neutraal moeten blijven om de keuze van de lezers niet te beïnvloeden (7,3%),
- Anderen zeggen dat journalisten neutraal moeten blijven om ruimte te laten voor interpretatie (4,8%).

Voor 12,2% van de respondenten mogen journalisten hun mening geven als dat wordt gespecificeerd of gedaan in een speciale rubriek en voor 9,8% van de deelnemers kunnen journalisten hun mening geven omdat zij ook burgers zijn en bijgevolg het recht hebben om een mening over de kwestie te hebben.

Op de vraag "Denk je dat journalisten het probleem van de opwarming van de aarde sensationeel aanpakken?" antwoordde 56% van de mensen "nee".

Trouvez-vous que les journalistes ont recours au sensationnalisme lorsqu'ils traitent de la problématique du réchauffement climatique?

75 réponses



Figuur 3: Resultaten van mijn enquête vraag 9

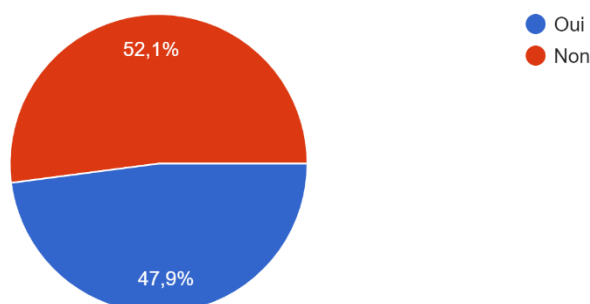
29 respondenten gingen nader in op hun antwoord over het al dan niet gebruiken van sensatiezucht. 20,7 % van deze respondenten denkt dat journalisten sensatiezucht gebruiken om kijkcijfers te krijgen. Sommigen zien het positief en denken dat het nodig is om mensen te laten reageren, anderen denken dat het alleen een kwestie van scores en prestaties is.

20,7% van de mensen vindt dat sensationele beelden worden gebruikt om angst aan te jagen en te dramatiseren en ziet dit niet als een goede zaak, ook al denken sommige deelnemers dat mensen er sneller door kunnen reageren (10,3%).

Op de vraag "Denk je dat journalisten een rol spelen bij politici inzake de opwarming van de aarde?", antwoordden 73 mensen en we kunnen zien dat hun mening nogal gemengd is met 52,1% van de respondenten die denken dat journalisten geen rol spelen bij politici en 47,9% die denken dat ze wel een rol spelen.

Pensez-vous que les journalistes jouent un rôle auprès des politiques concernant la problématique du réchauffement climatique?

73 réponses



Figuur 4: Resultaten van mijn enquête vraag 11

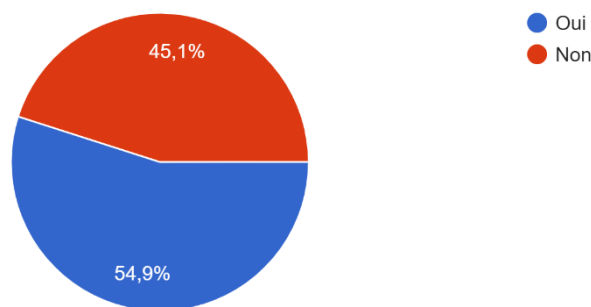
36 mensen besloten hun antwoord uit te breiden (Opmerking: Meer mensen die "ja" hebben geantwoord, hebben hun antwoord nader toegelicht).

- Van hen is 19,4 % van mening dat de rol van journalisten erin bestaat druk uit te oefenen en het beleid te beïnvloeden,
- 13,9 % is van mening dat de rol van journalisten beperkt is tot het informeren van politici, zoals zij dat ook voor “gewone burgers” doen,
- 13,9% van de deelnemers is ook van mening dat journalisten kunnen fungeren als tussenpersoon tussen politici en burgers of tussen politici en wetenschappers, in beide richtingen,
- 8,3% van de deelnemers is van mening dat het feit dat een onderwerp in de media wordt besproken de belangstelling van politici voor dat onderwerp doet toenemen,
- Tenslotte worden verschillende negatieve meningen geuit over de invloed die politici hebben op journalisten. Sommigen zeggen dat journalisten wetenschappers beschermen, dat zij politici volgen als schapen en dat het in feite politici zijn die invloed hebben op journalisten.

Wat betreft de vraag "Via welk communicatiemiddel informeer je je het vaakst?", heb ik besloten de antwoorden niet te analyseren omdat mijn vraag niet specifiek genoeg was. Daarom waren de antwoorden die ik kreeg niet precies genoeg. Ik kreeg antwoorden als: “journal” : zonder te weten of het om de krant of het TV-nieuws ging, of "internet", zonder te weten welke bron de deelnemers op het internet raadpleegden.

Ook over de vraag "Moeten klimaatsceptici ruimte krijgen in de media?" lopen de meningen uiteen: 54,9% van de respondenten (uit 71 personen) is voor en 45,1% tegen.

Faut-il laisser de la place aux climato-sceptiques dans les médias?
71 réponses



Figuur 5: Resultaten van mijn enquête vraag 14

58 mensen besloten hun antwoord verder uit te werken. Van hen vindt 36,2% dat klimaatsceptici aan het woord moeten kunnen komen om redenen van democratie, vrijheid van meningsuiting en het feit dat iedereen het recht heeft zich uit te spreken en dat alle meningen zin hebben (sommigen verklaren dat zij aan het woord kunnen komen als zij wetenschappelijk geverifieerde argumenten aanvoeren (14,28%) en als hun bijdrage het debat bevordert (14,28%)).

De twee belangrijkste redenen die worden aangehaald door degenen die tegen zijn, zijn dat het geven van een stem aan klimaatsceptici de acties die kunnen worden ondernomen en de strijd tegen de opwarming van de aarde alleen maar zou vertragen (10,3 %) en dat de

wetenschappelijke bewijzen onweerlegbaar zijn en het dus geen zin heeft hen een stem te geven (6,9%).

Mijn laatste vraag aan de deelnemers was of zij wisten wat de energietransitie was. Gezien dit onderwerp, dat ik in het volgende hoofdstuk zal analyseren, en gezien het feit dat het een belangrijk onderwerp is dat, zoals we zullen zien, veel in de media wordt besproken, wilde ik weten of de deelnemers wisten wat deze term betekende. Van de 59 respondenten hadden er 57,6 % een redelijk juist antwoord, 28,81 % een meer vaag antwoord en 15,25 % een onjuist antwoord of een antwoord dat de vraag niet beantwoordde.

10. Commentaren

Uit de verschillende antwoorden die werden verzameld, blijkt dat de opwarming van de aarde een onderwerp is dat de mensen bezighoudt. Zij vinden ook dat de media er niet genoeg over praten en dat zij niet geëngageerd genoeg zijn. Er werd echter een zekere mate van irritatie opgemerkt bij een meerderheid van de deelnemers die vonden dat zij te vaak werden beschuldigd terwijl zij alleen de situatie niet konden veranderen.

Doorheen het theoretische gedeelte werd ons getoond hoe belangrijk en gediversifieerd de rol van journalisten is. Zij moeten de informatie die zij willen overbrengen selecteren, sorteren, prioriteren, becommentariëren en legitimeren. Wij constateren deze verscheidenheid ook in de antwoorden van de deelnemers aan de vragenlijst. Uit de antwoorden blijkt immers dat het voor hen moeilijk is om journalisten in een bepaald hokje te plaatsen.

Soms zien we in de vragenlijst nogal "tegenstrijdige" standpunten van de ene vraag naar de andere. Gezien de veelheid van functies die een journalist kan vervullen, zijn ieders verwachtingen verschillend en genuanceerd. Sommigen verwachten van journalisten dat zij optreden als waarnemers, anderen verwachten van journalisten dat zij optreden als tolken en nog anderen verwachten van journalisten dat zij optreden als vertellers. Zoals we hierboven hebben gezien, gelden voor deze drie functies verschillende normen en eisen. Dit kan standpunten verklaren zoals "ik vind dat journalisten de burgers moeten doen reageren" naast "ik vind dat journalisten neutraal moeten blijven".

Hoewel als belangrijkste rol van journalisten het doorgeven van informatie wordt genoemd (vraag 4), wordt bij vraag 5 opgemerkt dat voor veel deelnemers is het ook belangrijk dat journalisten en de media burgers tot actie aanzetten.

Deze mening is vergelijkbaar met die van Kees van Wijk die in de theorie wordt vermeld, wie zegt dat de rol van de media bestaat in het verbreden van de kennis van de lezer en het beïnvloeden van zijn gedrag. Door de overdracht van informatie door journalisten via de media kunnen burgers hun mening vormen en dienovereenkomstig handelen.

Het aandeel deelnemers dat vindt dat journalisten ook een bepaald standpunt moeten innemen (ongeveer 27%) is vergelijkbaar met het in de theorie waargenomen aandeel, waar we zagen dat volgens een studie van Sachsman et al. uit 2006 een derde van de respondenten verwachtte dat journalisten een bepaald standpunt zouden innemen.

Desondanks zijn de antwoorden van de deelnemers tamelijk eensgezind over dit onderwerp: zij verwachten van journalisten dat zij informatie op een neutrale en objectieve manier

behandelen (68% van de 75 mensen die deze vraag beantwoordden). Hun idee is in feite dat zij deskundigen, wetenschappers en bekwaame mensen op de voorgrond moeten plaatsen.

Zoals in deze dissertatie reeds herhaaldelijk is vermeld en door Mediawijs is bevestigd, kan de informatie die journalisten verstrekken echter niet neutraal zijn. Iedereen bekijkt het nieuws door een bepaald prisma en dit is ook het geval voor journalisten. In België, bijvoorbeeld, bekijken journalisten het nieuws vanuit een westers en democratisch perspectief. Om dit gebrek aan neutraliteit te ondervangen, is het van cruciaal belang dat journalisten volledige verhalen vertellen en voldoende context bieden.

Een andere functie van journalisten die in de theorie werd geïntroduceerd, is ook terug te vinden in de antwoorden op dit formulier: het feit dat journalisten ook de rol van intermediair kunnen spelen, zowel tussen politici en burgers als tussen wetenschappers en burgers en vice versa.

Een punt dat in de theorie echter niet aan de orde komt, en dat in verschillende antwoorden naar voren komt, is het feit dat journalisten de burgers moeten helpen door hen oplossingen en advies te bieden, zodat zij hun gedrag kunnen veranderen en de situatie kunnen verbeteren (vraag 3, 4, 6).

Wat het gebruik van sensatiezucht betreft, hoewel we in de theorie hebben gezien dat dit door wetenschappers wordt afgekeurd, zijn sommige deelnemers van mening dat het de aandacht van de lezers kan vestigen op bepaalde onderwerpen en kwesties.

Daarnaast, wat de rol van de media ten opzichte van politici betreft, is de meerderheid van de deelnemers (52,1%) van mening dat journalisten geen rol te spelen hebben. Aangezien het hier niet om een overweldigende meerderheid gaat, is het ook interessant op te merken dat sommige mensen denken dat journalisten politici en hun beslissingen kunnen beïnvloeden.

Ten slotte is ook het antwoord op de vraag of klimaatsceptici al dan niet hun stem kunnen laten horen zeer gemengd. In tegenstelling tot de meningen van deskundigen die ik in de theorie heb verzameld die het er meestal over eens zijn dat een stem geven aan klimaatsceptici geen goede zaak is, maar eerder tijdverspilling.

Hoewel de meerderheid van de deelnemers (54,9%) voorstander is, vooral vanwege de vrijheid van meningsuiting, zijn ook sommigen absoluut tegen en denken dat hun stem geven alleen maar de voortgang van het debat, verbeteringen, enz. belemmert.

11. Analyse van artikelen

Nu we de mening van een aantal mensen kennen over de rol van de media en journalisten, is het tijd om na te gaan hoe de media werkelijk omgaan met een bepaalde milieukwestie: de energietransitie.

12. Het Belgische medialandschap

Het Belgische medialandschap wordt bepaald door de ingewikkelde politieke structuur van het land. De bevoegdheden voor de media zijn gedelegeerd naar het niveau van de gewesten, zodat er in België geen sprake is van een globale aanpak en regulering van de media.

Terwijl elke krant vroeger werd geassocieerd met een specifieke ideologie, dit is nu minder vaak het geval. Deze evolutie begon in de jaren zestig.

Sinds 1960 is de belangstelling van de Belgen voor kranten gedaald. De oplage van betaalde dagbladen is tussen 1960 en 2016 gedaald van 2,5 tot 1,2 miljoen. Er is echter een opmerkelijk verschil tussen Wallonië en Vlaanderen. In Vlaanderen daalde de dagelijkse oplage van de kranten slechts van 1,1 miljoen tot 851.564. De Franstalige pers, die vroeger de overhand had op de Vlaamse pers, is die nu kwijt.

12.1 Vlaamse medialandschap:

Het medialandschap in Vlaanderen is sterk geconcentreerd. Volgens cijfers van de Vlaamse Regulator voor de Nieuwsmedia (VRM) uit 2021 blijkt dat 80 tot 100% van de markt momenteel in handen van vijf grote groepen.

12.1.1 Vijf grote mediagroepen:

- DPG Media
 - o De Morgen
 - o HLN
- Mediahuis
 - o De Standaard
 - o Het Nieuwsblad
 - o Gazet van Antwerpen
 - o Het Belang van Limburg
- Mediafin
 - o De Tijd
- De Vijver Media (Telenet)
- VRT (de openbare omroep)

12.1.2 Gekozen kranten voor de analyse:

	Uitgever	Signatuur
Het Laatste Nieuws	DPG Media	Van oorsprong een liberale en vrijzinnige signatuur.
<ul style="list-style-type: none">- Opvolger van het weekblad 'De Zweep' opgericht in 1869 door Julius Hoste, een Vlaamse progressief-liberaal.- In 2006 werd de krant deel van de 'Persgroep Publishing'.- Oorspronkelijk was Het Laatste Nieuws een Vlaamse, liberale en antiklerikale krant maar door de jaren heen is de krant eveneens steeds minder liberaal geworden (De Bens en Raeymaeckers, 2010).		
De Standaard	Mediahuis	Van oorsprong een katholiek signatuur.

- Oppericht in 1914.
- Het doel van de krant was destijds de belangen van de Nederlandstalige bevolking van het land te behartigen, die toen werd overheerst door de Franstaligen.

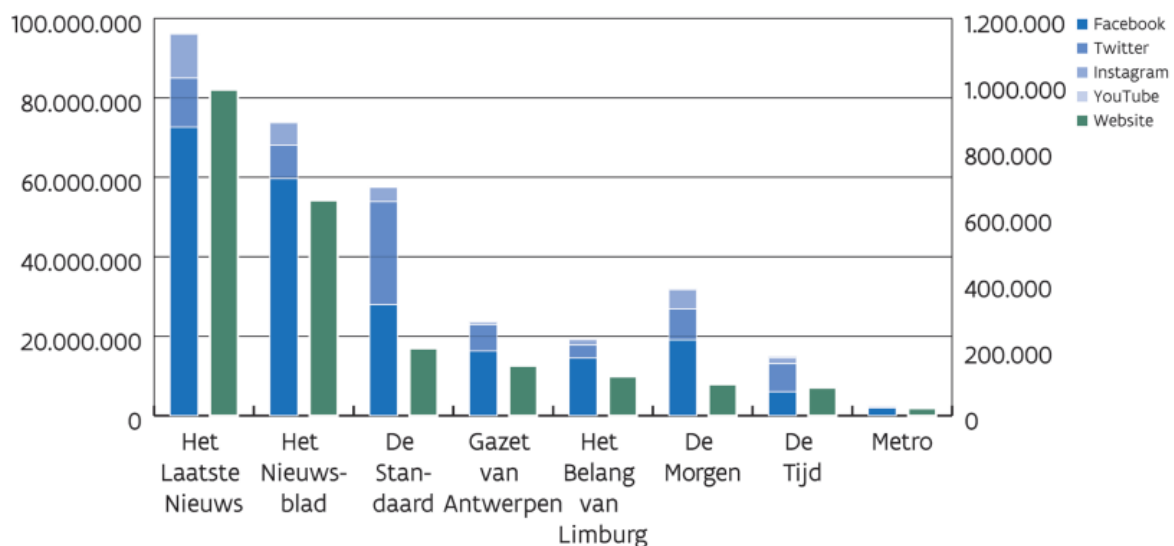
Het Laatste Nieuws en De Standaard zijn de meest populaire kranten in hun categorie:

Offline:

Volgens cijfers uit een artikel van de Vlaamse Vereniging van Journalisten uit 2019 is Het Laatste Nieuws de meest gelezen krant in de categorie van populaire kranten met een dagelijks bereik van 2.224.500 lezers. Nog volgens cijfers van hetzelfde artikel is de meest gelezen kwalitatieve krant De Standaard met een dagelijks bereik van 715.100 lezers.

Online:

Volgens cijfers van 2020 die door de Vlaamse Regulator voor de Media zijn meegedeeld, kan duidelijk worden vastgesteld dat de meest bezochte krantenwebsite Het Laatste Nieuws is, terwijl wat kwaliteitskranten betreft, de Standaard de eerste plaats inneemt. Deze cijfers zijn berekend over een periode van één maand (juni 2020).



Figuur 6: Online populariteit dagbladen

Deze tendensen worden bevestigd door twee andere, nog recentere bronnen:

1. Volgens een enquête van Xavier Degraux¹⁵ gepubliceerd in juni 2021, raadpleegt 48% van de Vlamingen wekelijks de website van Het Laatste Nieuws en 40% raadpleegt de onlinekrant minstens drie keer per week. Volgens dezelfde enquête raadpleegt 11% van de Vlamingen De Standaard-online wekelijks en 7% minstens drie keer per week. Zelfs met deze resultaten blijft De Standaard de meest geraadpleegde kwaliteitskrant online. Bovendien zegt 76% van de Vlamingen vertrouwen te hebben in De Standaard en 73% in Het Laatste Nieuws.

¹⁵ Xavier Degraux is een voormalig economisch en financieel journalist, met name voor Trends Tendances en L'Echo, is hij nu trainer en consultant op het gebied van contentmarketing en sociale netwerken. Xavier Degraux. (2021). Marketing digital & réseaux sociaux. <https://www.xavierdegraux.be>

2. Volgens gegevens van gemius audience¹⁶ is de mediagroep met het grootste kijkerspubliek DPG Media met 27.507.122 op 4 augustus 2022. Op de tweede plaats staat Mediahuis met 13.021.291 views.

Binnen DPG Media staat de applicatie van Het Laatste Nieuws (12.968.267 views) op de eerste plaats, gevolgd door de website van de krant (8.494.782 views). Binnen Mediahuis staan Het Nieuwsblad en Gazet van Antwerpen op de eerste plaats, maar ik heb deze twee kranten niet geselecteerd omdat ze, net als Het Laatste Nieuws, beide populaire kranten zijn, dus heb ik De Standaard (die op de derde plaats staat) geselecteerd, die 861.652 views heeft.

Verschillende uitgever:

- Mediahuis: Mediahuis is een Belgische mediagroep met activiteiten en bedrijven in België, Nederland, Ierland, Duitsland en Luxemburg die in 2013 werd opgericht, op basis van de vereniging van twee mediagroepen Corelio en Concentra.
- DPG-Media: DPG Media is ook ontstaan uit de fusie van twee mediagroepen, MEDIALAAN en Publishing. Deze verandering vond plaats in 2019 toen de eigenaar van de mediagroep Publishing de enige aandeelhouder van MEDIALAAN werd.

Waarom heb ik voor deze twee kranten gekozen?

Als we het over krantenanalyse hebben, hebben we het vaak over kwaliteitskranten versus populaire kranten. Daarom leek het mij voor deze analyse relevant om de meest gelezen krant in elk van deze categorieën te analyseren. Uit de cijfers in het vorige deel blijkt dat Het Laatste Nieuws en De Standaard wel de populairste kranten in hun categorie zijn.

Maar wat betekent populaire en kwalitatieve kranten?

Het is niet altijd duidelijk welke kenmerken bepalen of een krant een kwaliteitskrant of een populaire krant is. Meerdere specialisten hebben echter reeds hun mening over deze kwestie gegeven:

- Kwaliteitskranten hebben de neiging veel belang te hechten aan internationaal nieuws (Manssens & Walgrave, 1998),
- Ze bevatten opiniestukken met aanvullende achtergrondinformatie (Jansen, 1987) en de nadruk ligt op de informatiefunctie en niet op amusement (Stouthuysen, 1999),
- De krantenkoppen zijn nuchterder en feitelijker (Stouthuysen, 1999),
- Het woord wordt gegeven aan specialisten, politici, enz. (Manssens & Walgrave, 1998),
- Er is een duidelijk verschil in woordgebruik (Verbeylen, 2012).

In tegenstelling tot populaire kranten, die:

- Regelmatig onderwerpen behandelen als sport, regionaal nieuws of sensationeel nieuws (Jansen, 1987),
- Meer beeldmateriaal bevatten (Jansen, 1987),

¹⁶ Gemius is een onderzoeks- en technologiebedrijf dat gegevens, bedrijfsadviezen, oplossingen en aanbevelingen biedt op het gebied van online zakendoen.
Gemius Audience. (z.d.). About us. <https://audience.gemius.com/en/company/about-us/>

- Meer stem aan de families en de slachtoffers geven,
- Meer getuigenissen brengen (Manssens & Walgrave, 1998).

13. Inhoudsanalyse

Het onderwerp dat ik zal analyseren is de manier waarop de media omgaan met het thema energietransitie.

De analyse die ik besloot uit te voeren is een inhoudsanalyse. In dit geval, bestaat een inhoudsanalyse uit het analyseren van een reeks artikelen uit twee gekozen kranten over hetzelfde onderwerp. Deze analyse stelt men in staat het taalgebruik en de herhaling van bepaalde thema's of termen te identificeren.

Holsti (1968) definieert het als volgt: "Elke techniek om conclusies te trekken door systematisch en objectief bijzondere kenmerken van berichten vast te stellen."

Deze analyse is zowel kwantitatieve als kwalitatieve:

Kwantitatieve analyse: Aan de hand van deze analyse kon ik nagaan hoeveel artikelen over dit onderwerp in elk van de geselecteerde kranten zijn verschenen over een bepaalde periode.

Kwalitatieve analyse: Naast de kwantitatieve analyse is de kwalitatieve analyse erop gericht om verder te gaan dan de cijfers alleen, om de kwantitatieve resultaten waar nodig te nuanceren. In dit geval bestaat de kwalitatieve analyse uit een discoursanalyse die het mogelijk maakt bepaalde gegevens te identificeren die moeten worden geanalyseerd. Het is een beschrijvende onderzoeksmethode die zich richt op interpretaties, ervaringen en hun betekenis.

De kwalitatieve analyse wordt in drie fasen uitgevoerd. In de eerste plaats het verzamelen van een aantal artikelen via kwantitatieve analyse. Gezien het aantal artikelen dat in dit geval is verzameld, is het belangrijk een selectie te maken van de te analyseren artikelen. Wat bij deze analyse telt is de kwaliteit van de analyse en niet de kwantiteit van artikelen.

Vervolgens gaat het erom de waarnemingen te transcriberen en samen te vatten, dat is bijvoorbeeld mogelijk met een overzichtstabel, en dan over te gaan tot stap 3, de analyse van de gegevens en het trekken van conclusies.¹⁷

Gebruik van inhoudsanalyse¹⁸:

- De bedoelingen, aandachtspunten of communicatietrends van een individu, groep of instelling te identificeren;
- Trends in de inhoud van de communicatie te identificeren.

¹⁷ LCOMU 2708 | Media relations and community management | Session 3

¹⁸ Columbia Public Health. (z.d.). Content Analysis Method and Examples.

<https://www.publichealth.columbia.edu/research/population-health-methods/content-analysis>

13.1 Kwantitatieve analyse

Energietransitie

De Standaard:

Toen ik in het zoekveld schreef: “energietransitie”, kreeg ik 67 resultaten voor de periode van 06/01/2022 tot 6/04/2022. Van deze resultaten waren er 46 echt relevant. Er zij op geweest dat 6 artikelen tweemaal zijn gepubliceerd met enkele wijzigingen in de zinsbouw of in de titels, maar met grotendeels dezelfde inhoud (deze 6 extra artikelen zijn niet in aanmerking genomen in de 46 hierboven).

Het Laatste Nieuws:

Voor deze krant is het onmogelijk een filter in te voeren waarmee je een bepaalde periode kunt kiezen, dus ik weet niet hoeveel resultaten ik in totaal heb gekregen met dit trefwoord voor de bestudeerde periode maar van de resultaten die ik kreeg door "energietransitie" in de zoekbalk te typen, telde ik er 33 die in de bestudeerde periode met het onderwerp samenvielen.

13.2 Kwalitatieve analyse

Voor stap 2, de selectie en analyse van artikelen, heb ik een tabel gemaakt waarin ik de titel van het artikel, de datum van publicatie, informatie over de auteur, het soort artikel, een korte samenvatting van de inhoud, de toon en de gebruikte woordenschat in het artikel, de aanwezigheid van afbeeldingen en de in het artikel genoemde personen heb ingevoerd¹⁹. Nadat ik deze informatie voor de geselecteerde artikelen had ingevuld, kon ik een aantal waarnemingen doen en overgaan tot de laatste stap.

Energietransitie

13.2.1 De Standaard

Behandelde thema's

Soms worden in hetzelfde artikel verschillende thema's behandeld. Een artikel kan dus meerdere keren voorkomen in de onderstaande telling.

- Van de 46 artikelen hebben er 16 betrekking op de inflatie van de olieprijs, en meer in het algemeen op de energieprijzen. Drie daarvan gaan ook in op de gevolgen van deze inflatie.
- 13 artikelen gaan over het energiepakket en de maatregelen die zijn genomen om de burgers financieel te helpen.
- 10 artikelen gaan over onderwerpen in verband met kerncentrales en het al dan niet overstappen op kernenergie, de voor- en nadelen daarvan.
- In vier artikelen wordt de energiesituatie in drie andere Europese landen besproken.
- In drie artikelen wordt de noodzaak van samenwerking met Afrikaanse landen besproken.
- Twee artikelen gaan in op de negatieve gevolgen van de energietransitie in sommige Afrikaanse landen, zoals Congo.
- Twee artikelen gaan in op de kosten van een energietransitie.
- Eén artikel geeft de mening van de leider van Saoedi-Arabië over de energietransitie en het afstappen van fossiele brandstoffen.

Toen ik de artikelen meer in detail begon door te nemen, merkte ik dat sommige artikelen thema's behandelden die verband hielden met de energietransitie, maar waarvan het centrale thema niet de energietransitie als zodanig was. Bovendien constateerde ik enige herhaling in de behandelde onderwerpen en in de manier waarop het onderwerp werd behandeld. Daarom heb ik, mede omwille van de efficiëntie en nauwkeurigheid, ervoor gekozen mij te beperken tot een aantal van 16 te analyseren artikelen voor De Standaard²⁰.

Voor de selectie van de artikelen ben ik als volgt te werk gegaan: ik heb alle artikelen in één document verzameld en ze allemaal doorgenomen, vervolgens heb ik de artikelen geselecteerd waarin de term "energietransitie" het meest werd gebruikt. Sommige artikelen waren bijvoorbeeld in de krant zelf onder het thema "energietransitie" gecategoriseerd, het lag

¹⁹ Ik achtte het niet nodig deze analyses in deze thesis of in een bijlage op te nemen, aangezien de ingevulde documenten meer als ontwerp dienden om mijn waarnemingen te structureren en vervolgens mijn conclusies in deze thesis te delen.

²⁰ Een lijst van alle vermelde artikelen, met een specifieke verwijzing naar de geanalyseerde artikelen, is te vinden op het einde van de bibliografie.

dus voor de hand dat deze artikelen voor analyse zouden worden geselecteerd. Andere artikelen bevatten hoofdstukken die volledig gewijd waren aan de energietransitie, en ook die zijn uiteraard geselecteerd. Ik heb er ook voor gekozen om artikelen te bewaren die ik iets minder conventioneel of iets polemischer en daarom heel interessant vond, zoals: “Met deze deal steunen we de Russische oorlogskas” of “het koloniale geweld in Congo houdt aan”.

Deze keuze geldt voor beide kranten. Daarom heb ik 12 artikelen geanalyseerd van Het Laatste Nieuws.

Titels

Volgens Ehochi Darlington, een expert in digitale marketing en copywriting, is de titel het belangrijkste element van een artikel omdat het de lezer vertelt waar het artikel over gaat nog voor hij het begint te lezen. Het doel van de titel is de aandacht van de lezer te trekken en hem ervan te overtuigen verder te lezen. Wanneer de lezer de titel leest, heeft hij slechts een paar fracties van een seconde nodig om te beslissen of hij het artikel verder zal lezen of niet. Daarom is het van cruciaal belang dat de journalist een aantrekkelijke titel schrijft.

Alvorens alle titels van de geanalyseerde artikelen nog eens door te nemen, had ik geschreven dat naar mijn mening de meeste titels vrij neutraal waren, op enkele uitzonderingen na. Toen ik alle titels van de artikelen nog eens doornam, besepte ik dat dit niet echt het geval was. In feite hebben de meeste titels een element dat de nieuwsgierigheid van de lezer wekt, of het nu een vraag is of een schokkende bewering, de lezer wil meer weten over het onderwerp, en hier volgen enkele voorbeelden:

- "Geeft oorlog in Oekraïne groene revolutie vleugels?". Deze titel is duidelijk een titel die de lezer wil aantrekken. Het behandelt twee onderwerpen die de lezer na aan het hart liggen en waarover hij voortdurend hoort: de oorlog in Oekraïne en ecologie. Het is dan ook niet meer dan normaal dat de lezer wil weten wat er aan de hand is. Is het antwoord op de vraag ja of nee? En waarom?
- “Het koloniale geweld in Congo houdt aan”. Dit is koloniaal geweld, wetende dat Congo een Belgische kolonie was, kan men afleiden dat het geweld in kwestie uit ons land komt en de titel wekt de nieuwsgierigheid van de lezer naar de redenen van een dergelijke bewering.
- “Ook Europa gebruikt energie als wapen”. Het is algemeen bekend dat landen als Rusland de macht op energiegebied in handen hebben. Waarom zou Europa dan ook energie als wapen moeten gebruiken, en in welke context?
- "De afpersers van de toekomst" de titel maakt dat je wilt weten wie deze afpersers van de toekomst zijn en wie de mensen zijn die zullen worden afgeperst.
- "Met deze deal steunen wij de Russische oorlogskas", hier spreekt de auteur in "wij", dus hij omvat de lezer en het is daarom logisch dat hij wil weten waarom de auteur stelt dat "wij" de oorlogskas van Rusland steunen.

Algemene opmerkingen over de artikelen

Een van de eerste observaties die men kan doen, nog vóór men naar de inhoud van de artikelen kijkt, is dat de artikelen in deze krant over het algemeen vrij lang zijn. Hoewel sommige artikelen slechts 200-700 woorden lang zijn, zijn vele meer dan 1500 woorden. Dit geeft de indruk van een meer diepgaande behandeling van het onderwerp.

De artikelen zijn ingedeeld in veel verschillende categorieën; analyse, column, opinie, reactie. Categorieën waarin de auteurs aarzelen niet hun mening te uiten, zelfs indien deze tegen de algemene opinie ingaat, zelfs indien zij een beetje polemisch zijn of zelfs indien zij tegen het beleid ingaan. Concrete voorbeelden zullen in de volgende hoofdstukken worden gegeven.

Wat de verschillende semantische velden²¹ betreft die in de artikelen konden worden aangetroffen, kunnen in de verschillende artikelen een aantal overeenkomsten worden vastgesteld. Inderdaad, drie thema's komen steeds terug:

- Een eerste rond hernieuwbare energieën met de woorden: groen, zonnepaneel, waterstof, koolstofneutraal, schone industrie, groene stroom, waterstofstrategie, waterstofmarkt, zon, zonne-energie, duurzaam, "fossiele vrij", energietransitie, windturbines, klimaatneutraliteit, enz.
- Een tweede veld betreft fossiele brandstoffen, met inbegrip van de woorden: gas, aardgas, gascrisis, olieproducent, koolstof, olie, mijnbouw, enz.
- Tenslotte een derde, meer algemeen veld over energie, energievoorziening, energieverbruik, hernieuwbare energie, enz.

Gezien de behandelde onderwerpen is het vrij logisch dat deze woorden steeds weer terugkomen, maar ik denk dat het interessant is om het te belichten.

Informatie over de auteurs

Wat de auteurs van de artikelen betreft, kan worden opgemerkt dat ze vaak specialisten in economie of politiek zijn. Geen van de auteurs van de geanalyseerde artikelen wordt gekwalificeerd als een milieujournalist, hoewel het thema van de energietransitie wel degelijk verband houdt met het milieu.

Sommige auteurs komen steeds weer terug, zoals:

- Wim Winckelmans, redacteur wetstraat bij de Standaard (7 artikelen).
- Stijn Decock, economisch journalist bij de Standaard (2 artikelen).
- Christof Vanschoubroek, redacteur wetstraat bij de Standaard (2 artikelen).
- Korneel Delbeke, redacteur economie bij de Standaard (2 artikelen).

Het woord wordt soms gegeven aan specialisten die geen journalist zijn, zoals "Het koloniale geweld in Congo houdt aan" dat werd geschreven door Milo Rau, artistiek directeur van het NTGent²², schrijver en regisseur of "Pak de energie-overwinsten aan" geschreven door Chris Derde oprichter-bestuurder Wase Wind-Fortech en Geert Janssens hoofdeconoom bij Etion, Forum voor geëngageerd ondernemen of nog "Meteen afkicken van Russisch gas" geschreven door George Monbiot, Columnist van The Guardian.

²¹ Het semantische veld wordt in de Ensie-encyclopedie gedefinieerd als woorden die verbonden zijn door hun betekenis in een bepaalde context. Ensie (2017). Semantisch veld. <https://www.ensie.nl/poetry-international-rotterdam/semantisch-veld>

²² NTGent is een stadstheater dat een divers publiek wil bevragen, motiveren en ontroeren. Zij doet dit door producties van hoge kwaliteit te maken en te presenteren en door theater te gebruiken voor maatschappelijk debat. NTGent (z.d.) Over NTGent. <https://www.ntgent.be/nl/over-ntgent>

Van alle bestudeerde artikelen is er slechts één waar de naam van de auteur niet wordt vermeld: "Negatief advies over label kerncentrales en gas". Dit lijkt me nogal vreemd en ik weet niet waarom, maar ik vond het de moeite waard om te vermelden.

Foto's en beelden

De foto's die in de artikelen worden gebruikt, lijken mij meestal neutraal en direct verband houdend met het onderwerp. Wanneer over kernenergie wordt geschreven, is de foto bij het artikel een foto van een kerncentrale. Wanneer de mening van een bepaalde politicus wordt gegeven, is de foto bij het artikel een foto van die politicus, enz.

Sommige foto's hebben nochtans een duidelijker doel dan andere. Hoewel het duidelijk is dat sommige foto's er alleen zijn om de tekst te begeleiden en het hoofdthema van het artikel weer te geven, men zou kunnen vermoeden dat sommige foto's een meer beoogd doel hebben, vooral wanneer zij vergezeld gaan van een bepaald onderschrift.

In het artikel "Waterstof schudt geopolitieke kaart grondig door elkaar" bijvoorbeeld, wordt een foto gebruikt van schapen in een groot groen veld vol zonnepanelen. Bij deze foto hoort het volgende bijschrift: "Schapen in Australië grazen op een veld vol zonnepanelen. Het land is uitermate geschikt voor de productie van groene waterstof" (zie fig.7). Wanneer de lezer de foto en het bijschrift ziet, krijgt hij duidelijk een positieve boodschap over groene energie.



Schapen in Australië grazen op een veld vol zonnepanelen. Het land is uitermate geschikt voor de productie van groene waterstof. © Janie Barrett/Getty

Figuur 7: Afbeelding bij het artikel "Waterstof schudt geopolitieke kaart grondig door elkaar"

In het artikel "D-day voor onze energiemix" is het bijschrift bij de foto ook niet neutraal. "Twee hoofdrolspelers voor morgen: premier De Croo en minister Van der Straeten". De woorden "hoofdrolspelers" en "morgen" hebben een duidelijke positieve bijklank en bijgevolg een impact op de lezer, die begrijpt dat deze twee mensen belangrijke actoren zijn voor zijn toekomst.

Andere foto's kunnen integendeel een slechte indruk geven van het onderwerp, zoals in het artikel "Groenen zetten deur open voor verlenging kerncentrales", waar de foto die wordt gebruikt om de kerncentrales te illustreren het onderwerp niet echt uitlicht met enigszins vervallen gebouwen op de voorgrond. Ook de foto die daar gebruikt is, brengt een boodschap over aan de lezer.



© Marc Herremans

Figuur 8: Afbeelding bij het artikel "Groenen zetten deur open voor verlenging kerncentrales"

Van tijd tot tijd zijn de gebruikte beelden uitdrukkelijk minder neutraal en willen zij een boodschap overbrengen aan de lezer. Zoals in het artikel "De afpersers van de toekomst", waar de afbeelding een foto is van een Nederlandse politieke cartoonist met een wereldkaart waarop een labyrint is geplaatst met een stopcontact in het midden en elektriciteitskabels in de vier hoeken van het beeld (fig.9). Dit beeld geeft een duidelijke boodschap over de complexiteit van het onderwerp energie en elektriciteit.



© R.L. Oppenheimer

Figuur 9: Afbeelding bij het artikel "De afpersers van de toekomst"

“Schokkende” en impactvolle boodschappen worden soms ook overgebracht door de gebruikte beelden, zoals in het artikel "Herstel én energietransitie Italië onder druk door Oekraïne-crisis", waar een foto van een jonge activist met een bord "Bying russian gas= killing ukrainians" wordt gebruikt (fig.10).



Tijdens een steunmanifestatie voor Oekraïne in Rome bekritiseert een activiste de Italiaanse energiepolitiek. © reuters

Figuur 10: Afbeelding bij het artikel "Herstel én energietransitie Italië onder druk door Oekraïne-crisis"

Naast foto's gaan artikelen soms vergezeld van verklarende grafieken of uitlegvideo's over bepaalde thema's zoals inflatie, verklaringen over de hoge energieprijzen, enz.

In een van de artikelen (“Fossiele brandstoffen veroorzaken inflatie, groene energie krijgt de schuld”) staat een cartoons van Kamagurka²³. Ik heb geen informatie over deze animatie gevonden, maar ik kan wel mijn persoonlijke interpretatie geven, en die is de volgende: de animatie toont een personage dat al zijn meubels en zelfs zichzelf moet opofferen om zijn huis te kunnen verwarmen. De animatie toont op ironische wijze, als een karikatuur, dat de kosten van energie voor verwarming stijgen en dat mensen (zinloze) offers moeten brengen.

Mensen genoemd in de artikelen

Eerder in het theoretische gedeelte werd betoogd dat een van de kenmerken van kwaliteitskrant is dat de artikelen interviews met specialisten bevatten - dit is hier het geval voor vier artikelen waarin Thijs Van de Graaf, professor internationale politieke aan de UGent twee keer werd geïnterviewd, een ander artikel waarin Pascal de Buck, de Belgische gasnetbeheerder van Fluxys werd geïnterviewd en de laatste waar Tinne van de Straeten minister van Energie werd geïnterviewd.

Daarnaast komen vele specialisten of vertrouwenspersoon aan het woord in diverse artikelen, zoals:

²³ Kamagurka, pseudoniem van Luc Charles Zeebroek, Belgisch cartoonist, theater- en televisiemaker en kunstenaar. Hij staat bekend om zijn absurde cartoons en tv-shows. Kamagurka (z.d.). Bio. <https://kamagurka.com/bio>

In het artikel “Fossiele brandstoffen veroorzaken inflatie, groene energie krijgt de schuld” waar Isabel Schnabel, Duitse econoom en lid van de raad van bestuur van de Europese Centrale Bank; Koen De Leus, chief economist bij BNP Paribas-Fortis; Pierre Wunsch, gouverneur van de Nationale Bank; Christine Lagarde, de voorzitter van de ECB; Fatih Birol, de directeur van het Internationaal Energieagentschap worden geciteerd. In dit artikel worden ook verschillende erkende instellingen genoemd, zoals de Europese Centrale Bank, de Belgische Nationale Bank en het Duitse onderzoeksinstituut Öko-Institute.

De econoom Gert Peersman en de Professor internationale politiek Thijs van de Graaf worden ook in verschillende artikelen geciteerd.

In het artikel “Geeft oorlog in Oekraïne groene revolutie vleugels ?” worden ook meerdere mensen geciteerd: de commissievoorzitter Ursula von der Leyen; Svitlana Krakovska, een Oekraïne klimaatwetenschapper en medeauteur van het laatste IPCC-rapport; Thijs van de Graaf; Richard Nixon; Jos Delbeke, professor aan het European University Institute; William Todts, directeur van de Europese milieukoepel Transport en Environment; Alok Sharma, de voorzitter van de VN-klimaatconferentie in Glasgow; de milieuactivist Bill McKibben; de vicevoorzitter van de Europe Commissie bevoeg voor klimaat Frans Timmermans. Verschillende betrouwbare bronnen worden ook genoemd zoals: het Internationaal Energieagentschap, een studie van de Columbia University, het VN-klimaatpanel IPCC en The Washington Post.

Het is duidelijk dat een verwijzing naar meerdere betrouwbare personen en/of bronnen/instellingen in een artikel, waaronder specialisten op dit gebied, de woorden van de auteur alleen maar meer legitimiteit geeft. De uitspraken van de auteur lijken dan ook meer gerechtvaardigd en genuanceerd.

Verschillende actoren in het Belgische politieke landschap worden ook herhaaldelijk genoemd. Hieruit blijkt hoe belangrijk politici zijn als het om ecologie gaat. De twee meest geciteerde politici zijn, logischerwijs, Alexander De Croo, de Eerste Minister, en Tinne van der Straeten, Minister van Energie.

Details over de inhoud:

Concepten

Marc Vanesse, voormalig journalist bij Le Soir, stelt dat journalistiek schrijven toegankelijk moet zijn voor de lezer en dat alle journalisten informatie zodanig moeten uitleggen, decoderen, sorteren, prioriteren en doorgeven dat zij door een zo groot mogelijk aantal mensen wordt gelezen en begrepen.

Men kan echter opmerken dat in het geval van de artikelen die we in De Standaard kunnen terugvinden, bepaalde verwijzingen worden gemaakt, woorden of begrippen worden gebruikt zonder enige uitleg. Dit impliceert dat de auteur ervan uitgaat dat de lezer een relatief hoog opleidingsniveau heeft of over enige kennis of cultuur beschikt. Hier zijn enkele voorbeelden:

- In het artikel "Groen koppelt hoge eisen aan verlenging kerncentrales" wordt het Ventilus-project genoemd. Er is geen haakje of noot om de lezer uit te leggen wat dit project is, dat in feite een project is van de Elia-groep om windenergie uit de Noordzee

aan te sluiten op een nieuwe elektriciteitsnelweg in West-Vlaanderen²⁴. In hetzelfde artikel wordt "CRM-mechanisme" vermeld zonder enige uitleg. Dit begrip verwijst naar het capaciteitsremuneratiemechanisme (CRM) die bedoeld is om de bevoorradingszekerheid van het land op lange termijn te waarborgen met het oog op de definitieve sluiting van de kerncentrales tussen 2023 en 2025.²⁵

- In het artikel "Negatief advies over label kerncentrales en gas" worden de doelstellingen van taxonomie besproken. Ook deze term wordt gebruikt zonder dat de betekenis wordt aangegeven.
- In het artikel "Geef oorlog in Oekraïne groene revolutie vleugels" wordt het concept van LNG-terminals²⁶ zonder enige uitleg over waar deze term naar verwijst.

Uitdrukkingen

Hoewel wij in de theorie hebben gezien dat wetenschappers het gebruik van bepaalde stijlelementen door journalisten om de nieuwsgierigheid van de lezer op te wekken niet goedkeuren, stellen wij vast dat in de geanalyseerde artikelen veel uitdrukkingen worden gebruikt (hetzij om stilistische redenen, hetzij om hun woorden levendiger te maken).

- In het artikel "Ook Europa gebruikt energie als wapen" gebruikt de auteur verschillende uitdrukkingen:
 - o ... Europa *zijn lot niet in handen heeft*.
 - o De kans is groot dat extreme weers-omstandigheden meerdere energiecrisissen *in de hand zullen werken*.
 - o Energiebeleid aanpassen is als *een tanker van koers doen veranderen*.
 - o Europa dreigt *zichzelf in de voet te schieten*, want het heeft het Russische gas heel hard nodig.
 - o Als EU-lidstaten enkele maanden daarna hun steenkoolcentrales weer meer laten draaien om de energiecrisis *te lijf te gaan*...
 - o Toen werd de liberalisering van de elektriciteits- en gasmarkt *in de steigers gezet*.
 - o Zit er geen *addertje onder het gras*?
- In het artikel "Openhouden kerncentrales niet noodzakelijk nefast voor Groen" schrijft de auteur in de lead de volgende zin "Nu *mordicus* vasthouden aan de kernuitstap zou Groen meer schaden dan de mogelijkheid opperen om twee kerncentrales open te houden"
- In het artikel "Fossiele brandstoffen veroorzaken inflatie, groene energie krijgt de schuld" worden ook verschillende uitdrukkingen gebruikt:
 - o Dat geeft ruimte voor een *spelletje politiek zwartepieten*.
 - o Ook voor politici leent de kostprijs van de energietransitie zich makkelijk rond *zwartepieten*.

²⁴ Elia Group (z.d.). Ventilus. Onze project in uw buurt. <https://www.elia.be/nl/infrastructuur-en-projecten/infrastructuurprojecten/ventilus>

²⁵ CREG: Commissie voor de Regulering van de Elektriciteit en het Gas. (z.d.). Capaciteitsremuneratiemechanisme (CRM).

Marktwerking en -monitoring. <https://www.creg.be/nl/professionals/marktwerking-en-monitoring/capaciteitsremuneratiemechanisme-crm>

²⁶ Een LNG-terminal is een installatie voor de hervergassing van het vloeibaar aardgas (LNG) dat per LNG-tanker wordt aangevoerd vanuit de productiezones.

Elengy (z.d.). What is an LNG terminal? LNG. <https://www.elengy.com/en/lng/what-is-an-lng-terminal.html>

- Isabel Schnabel *bond* begin dit jaar *de kat de bel aan*.
- In het artikel “Twee kerncentrales, maar ook niet meer dan twee” worden ook verschillende uitdrukkingen gebruikt:
 - Aan de onderhandelingstafel liep het niet zo’n vaart. → Zo’n vaart niet lopen.
 - De moeilijkste knoop om door te hakken... → De knoop doorhaken
 - ... die de groenen uit de brand wilden slepen
 - ... voor de groenen een garantie dat Van der Straeten niet *de zwartepiet krijgt toegespeeld* voor het resultaat.

De manier waarop informatie wordt verwerkt

Hoewel, zoals hierboven vermeld, sommige artikelen tot bepaalde categorieën behoren, zoals columns of opinies, waarbij het duidelijk is dat de mening van de auteur wordt gegeven. Hier en daar kan men in de verschillende artikelen merken dat de journalist zijn standpunt geeft zonder dat dit uitdrukkelijk wordt vermeld.

- In het artikel "D-day voor onze energiemix" besluit de auteur zijn artikel met de volgende woorden: “Misschien wordt de D-day voor onze energiemix dus een E-day. De vraag is wel of dit alles in één dag, de magische 18de maart, beslist kan worden. Het behoort niet tot de Belgische politieke gebruiken.” Ook al lijkt de auteur tot nu toe alleen informatie door te geven, toch getuigt deze zin van enige subjectiviteit.
- In het artikel “Openhouden kerncentrales niet noodzakelijk nefast voor Groen” wordt niet vermeld dat het een opiniestuk is. De mening van de journalist is echter zeer duidelijk waarneembaar in de volgende zinnen:
 - “Nu mordicus vasthouden aan de kernuitstap zou Groen meer schaden dan de mogelijkheid opperen om twee kerncentrales open te houden.”
 - “Beiden koppelen die ‘opening’ – van een bocht willen ze niet -spreken – aan een snellere energietransitie en lagere energiefacturen.” Hier maakt de auteur zelfs een haakje om zijn mening in te voegen.
 - “Het sluit ook aan bij wat een groot deel van de bevolking wil. Energie moet betaalbaar en zeker zijn, liefst ook groen, het pad daarnaar is minder belangrijk.” De auteur doet beweringen zonder uit te leggen waar zijn informatie vandaan komt.

Journalisten gebruiken soms schokkende en krachtige zinnen die de lezer aan het denken zetten. Hier zijn enkele voorbeelden:

- In het artikel “Geeft oorlog in Oekraïne groene revolutie vleugels?”: “Als je weet dat vanuit Europa alleen al dagelijks zo’n 600 miljoen euro naar Rusland vloeit voor fossiele brandstoffen, begin je anders te kijken naar de kosten van de energietransitie. Zeker als je ook de menselijke tol in Oekraïne meetelt”. De auteur kiest ervoor om de woorden van de econoom Thijs van de Graaf letterlijk weer te geven. Dat is een keuze van de journalist om een beroep te doen op gevoeligheid en emotie om de lezers duidelijk te maken hoe noodzakelijk de energietransitie is. Het vermelden van rampen zoals de oorlog in Oekraïne kan de lezers alleen maar bewuster maken van de problematiek.
- Ik heb dit reeds in een vorig hoofdstuk vermeld, maar alleen al de titel van dit artikel “Met deze deal steunen we de Russische oorlogskas” is een keuze van de journalist om de lezer aan te spreken. Ook al zijn het niet de woorden van de journalist, het is de

keuze van de krant en vervolgens van de journalist om deze specialist te interviewen en deze woorden woord voor woord door te geven.

De journalist bevestigt deze keuze in het artikel met de zin "Door de prijs van energie nu goedkoper te maken, stimuleer je net opnieuw de vraag naar energie. Het geld stroomt daardoor nog meer vanuit België naar olie- en gaslanden. *Ook Poetin krijgt extra geld en kan zijn oorlog langer financieren.* De factuur belandt bij de overheid, die nog meer schulden maakt en het probleem naar de toekomst verschuift."

De toon van andere artikelen is soms echter positiever, meer toekomstgericht en vooruitstrevend.

- In het artikel "Groen koppelt hoge eisen aan verlenging kerncentrales" meldt de auteur dat de minister van Energie zich bewust is van de kosten van de energietransitie, maar " Volgens Van der Straeten staan tegenover deze investeringen grote baten".
- In het artikel "D-day voor onze energiemix" deelt de auteur ook de mening van de politicus Egbert Lachaert wie zegt "door hernieuwbare energie en energiebesparing kunnen we onze factuur doen dalen".
- In het artikel "Ik had vaak het gevoel dat ik loodgieter moest spelen, ik ben liever architect" wordt de minister van Energie Tinne van der Straeten geïnterviewd. Er worden vrij optimistische verklaringen gemeld: "Voorlopen loont altijd. Wie het voortouw neemt, is achteraf het meest winstgevend".

Een zekere transparantie komt ook naar voren in sommige van de gerapporteerde speeches.

- In het artikel "Groenen zetten deur open voor verlenging kerncentrales" worden de woorden van de minister van Energie gerapporteerd wanneer zij uitlegt dat zij zich ervan bewust is dat de kerncentrale geen definitieve oplossing is en dat zij zich ervan bewust is dat het langer openhouden ervan bepaalde veiligheidsrisico's met zich meebrengt.
- In het artikel "Fossiele brandstoffen veroorzaken inflatie, groene energie krijgt de schuld" doet de auteur verslag van de woorden van verschillende politici die zeggen dat de energietransitie een prijs heeft. Op een gegeven moment geeft hij zelfs zijn mening door te zeggen: "Hoe dan ook mag de hoop op een pijnloze energietransitie opgeborgen worden.". Ook al lijkt deze zin een beetje abrupt, de journalist is transparant tegenover zijn lezers.

Zoals eerder in de theorie vermeld, beschikken journalisten over een bepaalde hoeveelheid informatie en moeten zij keuzes maken over het verhaal dat zij willen vertellen. Zij kunnen kiezen op welke elementen en meningen zij de nadruk willen leggen en hoe zij de informatie willen overbrengen. Na analyse van verschillende artikelen kunnen we duidelijk verschillende keuzes observeren.

Soms kiest de journalist ervoor om koste wat het kost de woorden van een deskundige te verslaan, ongeacht wat de geciteerde persoon heeft gezegd. De journalist is zich duidelijk bewust van de impact die deze woorden op de lezer zullen hebben en deze keuzes worden gemaakt met een bepaald doel voor ogen; overtuigen, geruststellen, bewust maken, informeren, alarmeren.

13.2.2 *Het Laatste Nieuws*

Behandelde thema's

Soms worden in hetzelfde artikel verschillende thema's behandeld. Een artikel kan dus meerdere keren voorkomen in de onderstaande telling.

- Van de 33 artikelen hebben er acht betrekking op de verlaging van de btw waarvan er twee specifiek betrekking hadden op de verlaging van het btw-tarief voor zonnepanelen,
- Er zijn ook acht artikelen over het onderwerp kernenergie,
- Vier artikelen gaan over de plannen en investeringen van de regering,
- Drie artikelen gaan over de energiecrisis en de stijgende factuurprijzen,
- Drie artikelen waren specifiek gericht op informatie over een bepaalde regio,
- In twee artikelen werd gewezen op de voordelen die burgers kunnen genieten als zij kiezen voor hernieuwbare energie,
- Twee andere artikelen gaan over het belang van samenwerking met andere landen op het gebied van energietransitie,
- Interessante observatie, er is een artikel dat gesponsord wordt door Elia de beheerder van het Belgische transmissienet voor elektriciteit en een tweede artikel wordt gesponsord door Saxo Bank,
- Er is ook een artikel waarin een bedrijf wordt gepromoot,
- En andere dat over de oorlog gaat.

Noot over de gesponsorde artikelen: Volgens Getfluence, een bedrijf dat andere bedrijven verbindt met merken of bureaus over de hele wereld, zijn gesponsorde artikelen een vorm van contentmarketing die adverteerders gebruiken om hun materiaal online onder de aandacht te brengen. Een adverteerder betaalt om gesponsorde artikelen te publiceren die in overeenstemming zijn met het normale formaat van de redactionele inhoud van een uitgever, maar voorzien zijn van een soort merkpromotie of campagne.²⁷

Om de artikelen te selecteren die ik grondiger zou bestuderen, ben ik op dezelfde manier te werk gegaan als bij de vorige krant. Ik heb alle artikelen doorgenomen die ik voor die periode heb verzameld. Vervolgens heb ik gekeken waar de term "energietransitie" het vaakst werd gebruikt, of waar de term in de titel werd gebruikt of nog waar een hele sectie aan de term was gewijd.

In totaal krijg ik dus acht artikelen. Omwille van consistentie en evenwicht met het aantal bestudeerde artikelen voor de vorige krant, heb ik besloten om nog vier artikelen aan de analyse toe te voegen.

Ik heb gekozen om een van de artikelen toe te voegen omdat verschillende politici aan het woord komen en ik dit soort artikelen niet in De Standaard kon waarnemen. Ik heb het tweede artikel toegevoegd omdat in dit artikel het woord wordt gegeven aan Thijs van de Graaf en gezien hij in De Standaard meermalen aan het woord komt, levert het toevoegen van dit artikel een vrij interessant vergelijkingspunt op. Het derde artikel is om dezelfde reden gekozen, precies hetzelfde onderwerp wordt behandeld in een artikel in De Standaard, zodat

²⁷ De Zordo, M. (2021) What Exactly Is a Sponsored Article? Getfluence.
<https://getfluence.com/en/blog/2021/09/14/what-exactly-is-a-sponsored-article/>

ik een directe vergelijking kan maken. Tenslotte werd het laatste artikel toegevoegd omdat het een opiniestuk is en ik het in dit deel van de analyse nog niet had geanalyseerd.

Titels

De titels van de artikelen zijn in het algemeen vrij neutraal en informatief, zij kondigen alleen aan waar het artikel over zal gaan. De enige twee opmerkingen die ik kan maken, zijn dat journalisten vaak combineren enerzijds de interpellatie van de lezer door hem rechtstreeks aan te spreken in de titel (u, uw) of door hem bij een groep te betrekken (wij, ons) en anderzijds het gebruik van titels in de vorm van vragen.

Volgens Kuiken, Schuth, Spitters en Marx (2017) is het statistisch bewezen dat het gebruik van bepaalde elementen, zoals persoonlijke en bezittelijke voornaamwoorden, negatieve woorden en vragen, een aanzienlijke invloed heeft op de prestaties van een titel. Vragen maken titels aantrekkelijk en pakkend (Praskova, 2009). Hier zijn enkele voorbeelden:

- “Verlaging btw moet energiefactuur betaalbaar maken: alle politici beseffen dat er dringend ‘iets’ moet gebeuren, maar wat?”. De lezer verwacht waarschijnlijk dat de journalist de vraag beantwoordt, en gezien het onderwerp voor hem relevant is, kan het interessant zijn.
- “Reconstructie. Hoe is het zover kunnen komen met uw energiefactuur? De oorzaken, gevolgen en oplossingen van deze energiecrisis doorgelicht”. In dit geval richt de journalist zich rechtstreeks tot de lezer "uw energiefactuur", stelt een vraag en geeft aan dat de inhoud van het artikel deze zal beantwoorden. Dit kan de lezer alleen maar aanmoedigen om verder te lezen.
- “Dwingt de stijgende energiefactuur ons om eindelijk de transitie naar groene stroom in te zetten”. De journalist neemt de lezer op in een groep die mogelijk gedwongen zou worden iets te doen. De kans dat de lezer wil weten waar het over gaat is groter dan bij een neutralere titel.

Algemene opmerkingen over de artikelen

In tegenstelling tot de artikelen in De Standaard zijn de artikelen in deze krant veel korter. Slechts twee van de bestudeerde artikelen halen 1000 woorden, één artikel telt ongeveer 830 woorden, de andere variëren tussen 100 en 400 woorden.

Wat de categorieën betreft waarin de artikelen zijn onderverdeeld, lijkt het mij dat deze minder duidelijk zijn dan bij De Standaard, hoewel een van de bestudeerde artikelen een opiniestuk is. Ook al wordt aan het begin van het artikel duidelijk aangegeven dat het om een opinieartikel gaat dankzij de vermelding "ONZE OPINIE", toch is er geen echte rubriekstitel zoals in De Standaard (zie onderstaande voorbeelden).

INTERVIEW THIJS VAN DE GRAAF

‘Ook Europa gebruikt energie als wapen’

OPINIE KOBALTMIJNEN

Het koloniale geweld in Congo houdt aan



Milo Rau
Artistiek directeur van het NTGent, schrijver en regisseur.
Zaterdag 8 januari 2022 om 3.25 uur

ANALYSE ENERGIECRISIS

Kortsluitingen in de wereldwijde energiemarkt

Figuur: 11 Voorbeelden van rubrieksvermeldingen in De Standaard

Artikelen die betrekking hebben op een bepaalde regio behoren tot de categorie "in de buurt" en de banners zijn oranje, terwijl ze voor "standaard"-artikelen rood zijn.

Wat de semantische velden betreft, zijn de behandelde onderwerpen in deze artikelen dezelfde als die in de artikelen van De Standaard, bijgevolg zijn de semantische velden vrij gelijkaardig, hoewel er iets minder voorbeelden zijn gezien de beperkte lengte van de artikelen.

Informatie over de auteurs

Met betrekking tot de auteurs van de artikelen kunnen twee verschillende situaties worden waargenomen:

1. De naam van de auteur wordt vermeld. Het kan wel of niet een journalist zijn; dit is het geval voor vier van de bestudeerde kranten:
 - Wannes Vansina; stadsreporter voor Het Laaste Nieuws in Mechelen,
 - Isolde Van Den Eyne, politiek journalist bij Het Laatste Nieuws,
 - Ewoud Meeuse, journalist bij Het Laatste Nieuws (geen specialisatie gespecificeerd),
 - Tom Antonissen, Adviseur Europese Zaken voor Automobiel-, Technologie- en Vervoersbeleid.
 - Robbe van Lier, journalist bij Het Laatste Nieuws. (De journalist geeft op zijn LinkedIn-account aan dat de onderwerpen die hij het liefst behandelt zijn: energie, economie en ondernemerschap).
2. Voor de meeste artikelen is de bron Belga²⁸. In plaats van de naam van de auteur, zijn initialen zoals: HAA, TVdB, YAKD, enz.
Ik probeerde de redactie een e-mail te sturen om meer details over deze initialen te krijgen, maar op hun website verscheen het volgende bericht: " We zijn momenteel niet per mail en de contactformulieren bereikbaar. We helpen je wel graag telefonisch verder. Je kan ons bereiken op het nummer 02 454 25 90."
Dus belde ik het aangegeven nummer (dit was het nummer van de klantenservice) en ik probeerde een willekeurige afdeling te bereiken, legde de situatie uit en kon mijn vraag stellen aan een vrouw die me vertelde dat deze initialen waarschijnlijk naar de initialen van de auteurs verwezen.

²⁸ Belga is de Belgische hoofdleverancier van actualiteit aan de media, en brengt 24 uur per dag, 7 dagen per week, snel, betrouwbaar en kwalitatief nieuws uit binnen- en buitenland. De journalisten van het agentschap sturen elke dag persteksten naar de kranten via de Belga Box, een "digitale toolbox".
Belga. (z.d.). Over Belga. <https://www.belga.be/nl/over-belga/>

Foto's en beelden

De meeste van de gebruikte foto's zijn vrij neutraal. Soms wordt een persoonlijke noot toegevoegd, zoals in het artikel "Verlaging btw moet energiefactuur betaalbaar maken: alle politici beseffen dat er dringend 'iets' moet gebeuren, maar wat?" waar een klein symbool is toegevoegd aan de foto met de woorden "Mijn energiefactuur" (fig.11).



Illustratiebeeld. © Shutterstock / Stanislaw Mikulsk

Figuur 12 : Afbeelding bij het artikel "Verlaging btw moet energiefactuur betaalbaar maken: alle politici beseffen dat er dringend 'iets' moet gebeuren, maar wat?"

In het artikel "188 omwonenden investeren in twee nieuwe windturbines vlakbij E34 in Zoersel" staan vier foto's, ook al is het artikel niet erg lang. We kunnen zien dat, ook al geven de foto's het onderwerp weer en wat er in het artikel staat, de foto's worden gebruikt om het onderwerp en het initiatief voor het voetlicht te brengen, vooral de foto waar we een kind op de voorgrond zien dat een boom plant (fig.11).



Het windmolenpark in Zoersel werd zondag officieel ingehuldigd door enkele coöperanten, Zoerselse schepenen, Zoersels burgemeester Liesbeth Verstreken (midden), provinciegouverneur Cathy Berx (linkje in hand), medewerkers en bestuur van windparkontwikkelaar Storm © Storm

Er werd zondag ook een halve hectare bos aangeplant vlakbij een van de twee windmolens © Storm

Figuur 13: Afbeeldingen bij het artikel "188 omwonenden investeren in twee nieuwe windturbines vlakbij E34 in Zoersel"

Daarnaast heb ik gemerkt dat verschillende artikelen vergezeld gaan van een of meer video's van verschillende lengte. In het artikel "Regering heeft 1,16 miljard euro veil voor versnelde energietransitie", is er een video van 7,5 minuut van minister van Energie Tinne van der Straeten, die bestaat uit een interview over haar besluiten betreffende de energietransitie in het algemeen en het openhouden van kerncentrales.

In het artikel "Van der Straeten: "Al contact met Engie over verlengde levensduur kerncentrales"" zijn er twee video's, elke van ongeveer twee minuten. Het verslag bevat het

standpunt van Georges Louis Bouchez (MR voorzitter) over de manier waarop de kwestie van de kerncentrales moet worden aangepakt, het standpunt van Egbert Lachaert (OpenVLD voorzitter) over de gascentrales en een opsomming van het budget van 8 miljard euro voor de energietransitie. De tweede video is een video van VTM-nieuws waarin een journalist informatie geeft over het debat over kerncentrales.

In deze gevallen bieden video's de mogelijkheid de informatie te bekijken en te beluisteren in plaats van een heel artikel te moeten lezen of nog over aanvullende informatie en meningen te beschikken.

Mensen genoemd in de artikelen

Hoewel kwaliteitskranten er meer om bekend staan specialisten aan het woord te laten dan populaire dagbladen, die meer geneigd zijn getuigenissen af te leggen, merkte ik bij het lezen van deze verschillende artikelen een mengeling van deze twee praktijken op.

Meermalen kan men verwijzingen of citaten aantreffen van erkende organisaties:

- In het artikel “Reacties op levensduurverlenging kerncentrales: “Regering koos voor zowel pest als cholera” waar *Greenpeace* of *Bond Beter Leefmilieu*²⁹ worden genoemd.

Zoals in het geval van De Standaard, wordt soms het woord gegeven aan specialisten zoals in de volgende artikelen:

- “RECONSTRUCTIE. Hoe is het zover kunnen komen met uw energiefactuur? De oorzaken, gevolgen en oplossingen van deze energiecrisis doorgelicht” waar het woord wordt gegeven aan Thijs van Graaf professor internationale politiek en globale energiepolitiek (UGent),
In tegenstelling tot De Standaard is in het artikel een klein verklarend kader opgenomen om een beetje informatie te geven over de geïnterviewde specialist.
- “Energiespecialist professor Ronnie Belmans na akkoord kernuitstap: “Vlaamse regering moet nu tandje bijsteken” waar het woord wordt gegeven aan professor Ronnie Belmans, Professor aan de KU Leuven, waar hij technisch-economische aspecten van elektrische systemen, elektrische energie en regulatorische zaken doceert.
- “Groen wil 8 miljard in drie jaar vrijmaken voor energietransitie: “Geen oplossing op korte termijn” waar er interventies zijn van Ruth Lambrechts, experte klimaat en energie bij technologiefederatie Agoria.

Een andere interessante vaststelling is dat de auteur in het artikel ““Verlaging btw moet energiefactuur betaalbaar maken: alle politici beseffen dat er dringend ‘iets’ moet gebeuren, maar wat?” verwijst naar verklaringen van De Standaard.

Tenslotte, terwijl in de artikelen in De Standaard te zien is dat de politicus die het vaakst het woord krijgt minister van Energie Tinne van Der Straeten is, is de politicus die het meest aan bod komt in Het Laatste Nieuws de minister van Financiën Vincent Van Peteghem. Getuigt

²⁹ Bond Beter Leef Milieu is een vereniging die tot doel heeft de overgang naar een duurzamere wereld te stimuleren en uit te voeren. Met name door het opzetten van diverse initiatieven voor burgers en organisaties. Bond Beter Leef Milieu (z.d.). Overs ons. <https://www.bondbeterleefmilieu.be/over-ons>

dit van een zekere politieke betrokkenheid van beide kranten? Heeft het alleen te maken met het terugkeren van artikelen over de verlaging van het BTW-tarief (voorgesteld door de minister van Financiën)?

Details over de inhoud:

Concepten

In tegenstelling tot De Standaard zijn de journalisten meer voorzichtig en nemen ze de moeite om termen uit te leggen waarmee de lezer misschien niet vertrouwd is.

- In het artikel “Dwingt de stijgende energiefactuur ons om eindelijk de transitie naar groene stroom in te zetten” wordt het concept “energietransitie” verklaard. Hoewel dit begrip veel in het nieuws verschijnt, werd opgemerkt dat, in de steekproef van mensen die voor mijn enquête werden ondervraagd, niet iedereen ermee bekend was (zie blz. 35). Het kan dus alleen maar gunstig zijn om de lezer uitleg te verschaffen.
- In het artikel “Rist maatregelen moet Brusselse energiemarkt aantrekkelijker en solidairder maken” wordt het woord “vermorgensbegrenzers” uitgelegd.

Uitdrukkingen

In de bestudeerde artikelen komen zeer weinig uitdrukkingen voor. Verscheidene hypothesen kunnen dit verklaren:

1. Gezien de beperkte lengte van het artikel is het in de eerste plaats de bedoeling van de journalist om recht op het doel af te gaan en niet om te proberen een bepaalde stijl aan zijn tekst te geven.
2. Gezien veel van de artikelen afkomstig zijn van Belga, wordt de informatie op een directere manier overgebracht en kan men de schrijfstijl van de ene of de andere journalist niet observeren.

De manier waarop informatie wordt verwerkt

Zoals eerder vermeld, is een van de bestudeerde artikelen een opiniestuk. De schrijfstijl is heel anders dan die van andere artikelen, met een meer kritische, beschuldigende en ironische toon. In het bijzonder met zinnen als:

- “Bouchez bleef online inbeuken op zijn geliefkoosde tegenstrever: Tinne Van der Straeten (Groen).”
- “De nieuwe queeste was om meer dan twee kerncentrales open te houden. *De kelk der vernedering moest tot op de bodem worden opgedronken. Die wens was een doodgeboren kind. Hij had ook gewoon kunnen triomferen, l’agent provocateur. Quod non. Hij maalt er niet om.*”
- “Het eerlijke antwoord is nochtans: alle beleidspartijen van de laatste twintig jaar die *het energiebeleid mismeeesterd hebben.*”
- “Geen politicus in dit land wil structureel dikketruidendag installeren.”
- “De kernuitstap is nu wel uitgesteld. Het is gebeurd. Eindelijk. Het is het einde van een slechte saga. Al liggen er nog veel struikelblokken op de weg naar de exit.”
- Tinne Van der Straeten (Groen) zei wel gelukkig te zijn gisteravond, maar lachte ze groen?

- “In 2035 willen we geen scheurtjes in de resterende kerncentrales moeten dicht plamuren.”

In een ander artikel “Groen wil 8 miljard in drie jaar vrijmaken voor energietransitie: “Geen oplossing op korte termijn”” kunnen we sporen van de auteur opmerken in de volgende zinnen:

- “*Nog opvallender* is het voornemen om komaf te maken met centrale verwarmingsinstallaties op gas en stookolie... *Dat zou een onwaarschijnlijke opgave* vormen.”

14. Conclusie van de analyse

Wat de behandelde onderwerpen betreft, is er een zekere gelijkenis tussen de belangrijkste onderwerpen in de twee kranten zoals bijvoorbeeld de maatregelen ten gunste van de consumenten, de verlaging van het BTW-tarief, enz. Dit onderwerp komt op de eerste plaats in Het Laatste Nieuws en op de tweede plaats in De Standaard.

Bovendien, zoals we in het theoretische gedeelte hebben gezien, zien we dat het belang van samenwerking met andere landen in verschillende artikelen wordt benadrukt.

Dit gezegd zijnde, kunnen we vaststellen dat meer artikelen van De Standaard op de buitenwereld zijn gericht. Meer bepaald 10 artikelen, waarvan één volledig gewijd is aan de situatie in Italië en een verslag over het standpunt van de leider van Saoedi-Arabië over de energietransitie.

In tegenstelling tot sommige artikelen in Het Laatste Nieuws die zich richten op regionaal nieuws. Het Laatste Nieuws heeft immers een rubriek "In de buurt", waardoor de inwoners van deze regio zich directer betrokken voelen. Deze waarnemingen bevestigen de theorie dat kwaliteitskranten in het algemeen meer internationaal georiënteerd zijn dan populaire kranten.

Wat de titels betreft, kan worden vastgesteld dat in tegenstelling tot de stelling dat de titels van kwaliteitskranten soberder en feitelijker zijn, de titels van De Standaard "schokkender" en provocerder zijn dan die van Het Laatste Nieuws die meer informatief zijn. In beide kranten richt de auteur zich in de titel soms rechtstreeks tot de lezer, met gebruikmaking van persoonlijke voornaamwoorden. En er zijn titels in de vorm van vragen.

Verschillende elementen bevestigen dat De Standaard als een kwaliteitskrant wordt beschouwd in vergelijking met Het Laatste Nieuws, zelfs buiten de theoretische definitie. De meeste artikelen in De Standaard zijn immers twee tot drie keer zo lang als die in Het Laatste Nieuws, wat de indruk wekt dat het onderwerp serieuzer en diepgaander wordt behandeld.

Voor beide kranten kan echter een interessante opmerking worden gemaakt. Hoewel ik, in het theoretische deel, onderzoek heb gedaan naar het beroep van milieujournalist, valt in deze analyses op dat de journalisten die zich met het onderwerp energietransitie bezighouden, nooit als milieujournalisten worden gekwalificeerd. Dit roept vragen op over deze functie. Zouden milieujournalisten niet ook een stem moeten hebben in kwesties die nauw verband houden met het klimaat?

Wat de gebruikte beelden betreft, kan opnieuw worden opgemerkt dat de beelden van De Standaard minder neutraal zijn dan die van Het Laatste Nieuws, met karikaturen, animaties of bijschriften die een duidelijk boodschap overbrengen aan de lezer.

In tegenstelling tot wat de theorie beweert, kan worden opgemerkt dat de populaire krant Het Laatste Nieuws ook specialisten aan het woord laat, wat ook een zekere legitimiteit geeft aan de artikelen. In Het Laatste Nieuws is de gebruikte woordenschat echter eenvoudiger en worden complexere concepten uitgelegd.

Daarnaast, wat de manier waarop de informatie wordt behandeld betreft, zijn de teksten in Het Laatste Nieuws, met uitzondering van het opinieartikel, neutraler, directer en informatiever, terwijl in De Standaard de auteur vaker zijn mening geeft en meer polemische meningen deelt

Het doel van de bovenstaande analyse was dan ook na te gaan welke rol(len) van de media eigenlijk konden worden waargenomen met betrekking tot één bepaald onderwerp, de energietransitie. Van de rollen die eerder in de theorie en in het onderzoek werden genoemd, kan men duidelijk vaststellen:

- De rol van de waarnemer, veel (nieuwe) informatie wordt immers doorgegeven aan de lezers,
- De rol van de journalist, die erin bestaat de burgers tot actie aan te zetten, met name door het gebruik van "schokkende" zinnen, en het delen van een nogal alarmerende observatie (vooral met betrekking tot onze afhankelijkheid van Rusland),
- Er is ook de rol van verteller en vertolker waarbij de journalist bepaalde informatie belicht die hij relevant acht voor de lezer. Wanneer zij verslag uitbrengen over specialisten of politici, kiezen zij de informatie die zij relevant vinden om aan de lezers over te brengen.

Hoewel de deelnemers aan de enquête meermaals de wens hebben geuit advies van journalisten te ontvangen, is er in de geanalyseerde artikelen geen echt advies te vinden.

Wat de objectiviteit en de neutraliteit betreft blijkt uit sommige titels, sommige beschrijvingen een zekere toevlucht tot sensatiezucht. Hoewel in de meeste gevallen duidelijk wordt aangegeven wanneer de auteur zijn mening geeft, met name door de vermelding "mening", "analyse", "commentaar", kan worden opgemerkt dat in sommige artikelen de auteurs niet aarzelen hun mening te geven, ook al wordt dit niet uitdrukkelijk vermeld.

Wat de communicatie van de wetenschap door journalisten betreft, wordt het onderwerp hier meer behandeld vanuit het oogpunt van de financiële gevolgen dan vanuit het oogpunt van de gevolgen voor het milieu. Veel van de artikelen die in De Standaard worden geanalyseerd, vallen onder de categorie "Geld".

Wat klimaatscepticisme betreft, wordt in geen van de geanalyseerde artikelen de opwarming van de aarde in twijfel getrokken.

15. Conclusie

Het doel van deze thesis was de rol van de media bij de verspreiding van informatie over het milieu en aanverwante onderwerpen te bestuderen. Daartoe hebben wij getracht een antwoord te geven op de volgende vraag: "In hoeverre moeten ze een louter verslag uitbrengen en in welke mate moeten zij een wake-up call geven?".

Uit de theoretische bijdragen en de verschillende analyses hebben wij geconstateerd dat het bestudeerde problematiek vrij complex is met zeer uiteenlopende meningen, zowel in het theoretische als in het praktische gedeelte, dat twee analyses omvat.

De rol van de journalist is eveneens zeer complex, en hoewel zijn rol als informatieverstrekker zeer belangrijk is, is het niet de enige. Het is inderdaad ook belangrijk dat de journalist de informatie die hij het meest relevant acht, selecteert en vertaalt om een zo groot mogelijk aantal mensen te bereiken en tot actie aan te zetten.

Ook het belang van een bepaalde stellingname van journalisten om politici en burgers tot actie aan te zetten werd meermaals vermeld. Ook werd meermaals vermeld dat journalisten de burgers moeten helpen door hen advies te geven.

Een globale aanpak lijkt mij van essentieel belang om de situatie in haar geheel te kunnen overzien en een algemeen beeld van de problematiek te krijgen. Het onderzoek dat ik heb verricht, heeft mij in staat gesteld de situatie in haar geheel te bestuderen, over de meningen van de verschillende actoren te beschikken, en zou kunnen worden aangevuld met een meer specifieke aanpak. Het zou inderdaad relevant zijn de meningen van specifieke groepen te bestuderen om een vergelijking per leeftijdsgroep, per activiteitssector te maken en per krant te kunnen doen. Dit zou ook een leidraad kunnen vormen voor journalisten over de rol die zij moeten spelen, afhankelijk van het medium en de mensen die zij willen bereiken.

16. Bibliografie

Antilla, L. (2005). Climate of scepticism: US newspaper coverage of the science of climate change. *Global Environmental Change-human and Policy Dimensions*, 15, 338-352. <https://www.semanticscholar.org/paper/Climate-of-scepticism%3A-US-newspaper-coverage-of-the-Antilla/98ae83c9ba466f6525b7c8154252fb009ffca730>

Arnold, G. (dir.) ; Huet, S. (dir.). *Le journalisme scientifique dans les controverses*. Nouvelle édition [en ligne]. Paris : CNRS Éditions, 2014. Beschikbaar op het Internet : <http://books.openedition.org/editionscnrs/24158> .

Beaud, P. (1977). Pouvoirs et limites des moyens de communication de masse. *Sozial- und Präventivmedizin SPM*, 22(5), 230–234. <https://doi.org/10.1007/BF02074553>

Bon Pote. (2021). Doit-on débattre avec un climatosceptique. <https://bonpote.com/doit-on-debattre-avec-un-climatosceptique/>

Boykoff, M. T., & Boykoff, J. M. (2004). Balance as bias : Global warming and the US prestige press. *Global Environmental Change*, 14(2), 125-136. <https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2003.10.001>

Boykoff, M. (s. d.). *The Disconnect of News Reporting from Scientific Evidence*.

Boykoff, M. T., & Boykoff, J. M. (2007). Climate change and journalistic norms : A case-study of US mass-media coverage. *Geoforum*, 38(6), 1190-1204. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2007.01.008>

Burgelin, O. (s. d.). *Communication - Communication de masse*. Encyclopædia Universalis. <https://www.universalis.fr/encyclopedie/communication-communication-de-masse/>

Carrington, D., & editor, D. C. E. (2019, mai 17). Why the Guardian is changing the language it uses about the environment. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/environment/2019/may/17/why-the-guardian-is-changing-the-language-it-uses-about-the-environment>

Caulfield, J. (2021). Wat is een thematische analyse (thematic analysis)? Scribbr. <https://www.scribbr.nl/onderzoeksmethoden/thematische-analyse/>

Claude, G. (2019). Étude qualitative: Définition, techniques, étapes et analyse. Scribbr. <https://www.scribbr.fr/methodologie/etude-qualitative/>

Clifford, C. (2022.). How higher and more volatile energy prices will affect the move to clean energy. *CNBC*. <https://www.cnbc.com/2022/03/17/what-higher-volatile-energy-prices-mean-for-clean-energy-transition.html>

Comby, J. (2009). Quand l'environnement devient « médiatique »: Conditions et effets de l'institutionnalisation d'une spécialité journalistique. *Réseaux*, 157-158, 157-190. <https://doi.org/10.3917/res.157.0157>

Comby, J. (2012). Chapitre 7. Les médias face aux controverses climatiques en Europe: Un consensus fragilisé mais toujours structurant. Dans : Edwin Zaccai éd., *Controverses*

climatiques, sciences et politique (pp. 157-171). Paris: Presses de Sciences Po. <https://doi.org/10.3917/scpo.belan.2012.02.0157>

Conseils de Journalistes. 02. Qu'est-ce que le journalisme environnemental ? Journalisme et environnement <https://conseilsdejournalistes.com/environnement/02-quest-ce-que-le-journalisme-environnemental/>

Crozet, D. Le journalisme environnemental face aux nouveaux conflits écologiques : une spécialisation en mutation. L'exemple de Sivens. Sciences de l'information et de la communication. 2015. ffdumas-01200534f

Darlington, E. (2021). 3 Purpose of a Headline in Writing. Medium. <https://medium.com/@darlingtonehochi/3-purpose-of-a-headline-in-writing-e1482674980>

Degraux, X. (2021). Comment les Belges s'informent-ils/elles ? (Étude juin 2021) |. <https://www.xavierdegraux.be/comment-les-belges-sinforment-ils-elles-etude-juin-2021>

de Perthuis, C. (2017) La « transition énergétique » : Les ambiguïtés d'une notion à géométrie variable. (hal-01504615)

Dpg media. Geschiedenis. Organisatie <https://www.dpgmediagroup.com/nl-BE/over-dpg-media/organisatie/geschiedenis-dpg-media?referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F>

Dunwoody, S., Hendriks, F., Massarani, L., & Peters, H. P. (April 2018) How Journalists Deal with Scientific Uncertainty and What That Means for the Audience. https://www.researchgate.net/publication/327175472_How_Journalists_Deal_with_Scientific_Uncertainty_and_What_That_Means_for_the_Audience

Duruiseau, K. (2014). L'émergence du concept de transition énergétique. Quels apports de la géographie ? Bulletin de la Société Géographique de Liège. <https://popups.uliege.be/0770-7576/?id=3932>

Evens T. & Raeymaeckers, K. Print. Belgium. Media Landscapes. <https://medialandscapes.org/country/belgium/media/print>

FOD Beleid & Ondersteuning (2011). Omgaan met de pers. COMM Collection 23. https://fedweb.belgium.be/sites/default/files/downloads/Omgaan%20met%20de%20pers_interactief_NL.pdf

Fredriksson, S. (2015). Du design d'information à la visualisation de données : un enjeu de transmission de sens auprès de la société civile. I2D - Information, données & documents, 52, 36-36. <https://doi.org/10.3917/i2d.152.0036>

Freedman, E. (2018). Environmental journalists face threats, violence. Specialized topics. International journalists' network. <https://ijnet.org/en/story/environmental-journalists-face-threats-violence>

GemiusAudience. (z.d.). DPG Media. <https://e-public.gemius.com/be/rankings/37/685560>

GemiusAudience. (z.d.). Mediahuis . <https://e-public.gemius.com/be/rankings/37/615188>

GemiusAudience. (z.d.). Media Owners. <https://e-public.gemius.com/be/rankings/37>

Hagelaars, J. (2014). De rol van de media bij het communiceren over (klimaat)wetenschap. Klimaatverandering. <https://klimaatveranda.nl/2014/11/11/de-rol-van-de-media-bij-het-communiceren-over-klimaatwetenschap/>

Henderson-Sellers, A. (s. d.). Climate Whispers: Media Communication About Climate Change <https://link.springer.com/content/pdf/10.1023/A:1005384523305.pdf>

Heyndrickx, M. (2014). Een onderzoek naar de verschillen in en perceptie van mediaberichtgeving rond terrorisme in vier Vlaamse kranten. Masterproef. https://libstore.ugent.be/fulltxt/RUG01/002/162/881/RUG01-002162881_2014_0001_AC.pdf

Hiles, S., & Hinnant, A. (2014). Climate Change in the Newsroom: Journalists' Evolving Standards of Objectivity When Covering Global Warming. *Science Communication*, 36. <https://doi.org/10.1177/1075547014534077>

Institut national de l'audio-visuel. Climat et environnement dans les JT. (2015). *La Revue des Médias*. <http://larevedesmedias.ina.fr/climat-et-environnement-dans-les-jt>

Institut national de l'audio-visuel. (2015). Médias et réchauffement climatique: Histoire d'une prise de conscience. *La Revue des Médias*. <http://larevedesmedias.ina.fr/medias-et-rechauffement-climatique-histoire-dune-prise-de-conscience>

Iraqi Academic Scientific Journals. (2013). The Linguistic Features of Newspapers Headlines. *Anbar University Journal of Languages & Literature*. <https://www.iasj.net/iasj/download/8ff73ccdf34cb359>

Jégou, A. (2007). Les géographes français face au développement durable. *L'Information géographique*, 71, 6-18. <https://doi.org/10.3917/lig.713.0006>

Jégou, A. (2007). Les origines du développement durable. *L'Information géographique*, 71, 19-28. <https://doi.org/10.3917/lig.713.0019>

Kowsoleea, W. (2017). Klimaatverandering in de media—DeBuren, Vlaams-Nederlands huis voor cultuur en debat. <https://deburen.eu/magazine/2178/klimaatverandering-in-de-media>

Kuiken, J., Schuth, A., Spitters, M., & Marx, M. (2017). Effective Headlines of Newspaper Articles in a Digital Environment. *Digital Journalism*, 5(10), 1300–1314. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1279978>

Libraries (2016). *1.3 The Evolution of Media*. <https://open.lib.umn.edu/mediaandculture/chapter/1-3-the-evolution-of-media/>

Lits, M. (2019). Focus 2. Récits médiatiques. Dans : Benoît Lafon éd., *Médias et médiatisation: Analyser les médias imprimés, audiovisuels, numériques* (pp. 137-144). FONTAINE: Presses universitaires de Grenoble. <https://doi.org/10.3917/pug.lafon.2019.01.0137>

- Lopez, C. (2018). Les climatosceptiques ont-ils encore leur mot à dire? L'actualité. <https://lactualite.com/societe/les-climatosceptiques-ont-ils-encore-leur-mot-a-dire/>
- Luo, A. (2021). Een introductie tot inhoudsanalyse (content analysis). Scribbr. <https://www.scribbr.nl/onderzoeksmethoden/inhoudsanalyse/>
- Médias en Belgique | médias belges : Presse, radio, télévision. (s. d.). mediasrequest.com. <https://www.mediasrequest.com/fr/europe/belgique/index.html>
- Mediarology. The Roles of Citizens, Journalists, and Scientists in Debunking Climate Change Myths <http://stephenschneider.stanford.edu/Mediarology/Mediarology.html>
- Mediawijs. Het nieuws: de belangrijke rol van journalisten. Nieuws. <https://www.mediawijs.be/nl/dossiers/nieuws>
- Mediawijs. Nieuws: dit zijn de hoofdpunten. <https://www.mediawijs.be/nl/dossiers/nieuws>
- Mediawijs. Zo ziet het nieuwslandschap in Vlaanderen eruit. Nieuws. <https://www.mediawijs.be/nl/artikels/zo-ziet-het-nieuwslandschap-vlaanderen-eruit>
- Nations Unies. (2022). Le Secrétaire général appelle à accélérer la transition énergétique et notamment à créer une coalition mondiale pour le stockage sur batterie | UN Press. <https://press.un.org/fr/2022/sgsm21284.doc.htm>
- Oreskes, N. (2005). Beyond the Ivory Tower : The Scientific Consensus on Climate Change. *Science* (New York, N.Y.), 306, 1686. <https://doi.org/10.1126/science.1103618>
- Pérez, M. de la E. M., Scholten, D., & Stegen, K. S. (2019). The multi-speed energy transition in Europe: Opportunities and challenges for EU energy security. *Energy Strategy Reviews*, 26, 100415. <https://doi.org/10.1016/j.esr.2019.100415>
- Peters, H. P. (2013). Gap between science and media revisited: Scientists as public communicators. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 110, 14102–14109. <http://www.jstor.org/stable/42713438>
- Pianta, S., & Sisco, M. (2020). A hot topic in hot times: How media coverage of climate change is affected by temperature abnormalities. *Environmental Research Letters*, 15. <http://dx.doi.org/10.1088/1748-9326/abb732>
- Raineau, L. (2011). Dossier « Adaptation aux changements climatiques »—Vers une transition énergétique ? *Natures Sciences Sociétés*, 19(2), 133–143. <https://doi.org/10.1051/nss/2011143>
- Renaudin, A. (2015). La médiatisation de la question des changements climatiques : Impacts sur l'enseignement d'une question socialement vive. *Education*. <https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-01242788>
- Sanders, J. (2022). Duurzaamheid: huidige energiecrisis versnelt energietransitie. ABN-AMRO. <https://www.abnamroprivatebanking.be/nl/nieuws/beleggingsstrategie/duurzaamheid.html>

Schäfer, M. (2015). Climate Change and the Media. International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences. <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-097086-8.91079-1>

Schillemans, T., & Klijn, A. (2016). Doorgeven, negeren of vervormen? Media als kritische transparanteurs van beleid. Bestuurskunde, 25. <https://doi.org/10.5553/Bk/092733872016025004009>

Schmidt, A., Ivanova, A., & Schäfer, M. S. (2013). Media attention for climate change around the world: A comparative analysis of newspaper coverage in 27 countries. Global Environmental Change, 23(5), 1233-1248. <https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2013.07.020>

Schneiders, P. (2020). What Remains in Mind? Effectiveness and Efficiency of Explainers at Conveying Information. Media and Communication, 8(1), 218–231. <https://www.cogitatiopress.com/mediaandcommunication/article/view/2507/2507>

Selectra. (2020). Transition énergétique: Définition, enjeux et loi. <https://climate.selectra.com/fr/comprendre/transition-energetique>

Serrano, Y. (2012). “Dominique Wolton, Informer n’est pas communiquer”, Questions de communication. <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/254>

Shanahan, M. (z.d.). L’importance des médias dans un monde en réchauffement: Guide destiné aux décideurs des pays du Sud planétaire. Publications Library. <https://pubs.iied.org/fr/G03120>

Shields, F. (Oktober 2019). Why we’re rethinking the images we use for our climate journalism. The Guardian. <https://www.theguardian.com/environment/2019/oct/18/guardian-climate-pledge-2019-images-pictures-guidelines>

Sluijs, J. P. van der. (2010). Ruimte voor klimaatdebat: Zicht op interactie tussen klimaatpolitiek, wetenschap en media. https://www.academia.edu/2842955/Ruimte_voor_klimaatdebat_zicht_op_interactie_tussen_klimaatpolitiek_wetenschap_en_media

Southern Voices on Climate change. Mobiliser les médias. <https://www.southernvoices.net/fr/documents/the-advocacy-toolkits-fr/22-toolkit-7-engaging-the-media-fr/file.html>

Taylor, R. (juli 2022). *A Short History of Media*. Owlcation. <https://owlcation.com/humanities/A-Short-History-of-Media>

Tsayem Demaze, M. (2009). Paradoxes conceptuels du développement durable et nouvelles initiatives de coopération Nord-Sud: Le Mécanisme pour un Développement Propre (MDP). Cybergeo: European Journal of Geography. <https://doi.org/10.4000/cybergeo.22065>

Vlaamse Regulator voor de Media. Mediaconcentratie in Vlaanderen 2020. <https://www.vlaamseregulatormedia.be/nl/over-vmr/rapporten/2020/rapport-mediaconcentratie>

Vlaamse Vereniging van Journalisten (2021). Vertrouwen in pers en radio toegenomen sinds corona. Nieuws. <https://journalist.be/2021/05/vertrouwen-in-pers-en-radio-toegenomen-sinds-corona>

Vliegenthart, R. (2014). Afwijkende meningen in de media. <https://vanmierlostichting.d66.nl/content/uploads/sites/296/2016/01/Afwijkendemeningen.pdf>

Wolton, D. (1997). De la vulgarisation à la communication. Hermès, La Revue, 21, 9-14. <https://doi.org/10.4267/2042/14937>

WWF. (2009). Environmental journalism and its challenges. https://wwf.panda.org/wwf_news/?158642/Environmental-journalism-and-its-challenges

Zamit, F. (2010) « Daniel CORNU, Journalisme et vérité ». Questions de communication. <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/246>

Boeken

Albrecht, J. (2009). Energietransitie: Sneller naar een groener systeem. Brussel : ASP.

Arnold, G., & Huet, S. (Eds.) 2014. Le journalisme scientifique dans les controverses. CNRS Éditions. <https://library.oapen.org/bitstream/handle/20.500.12657/24918/1005187.pdf?sequence=1>

Cassoret, B., & Lalonde, B. (2020). Transition énergétique. De Boeck Supérieur. https://books.google.be/books?hl=fr&lr=&id=bGfLDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR9&dq=transition+%C3%A9nerg%C3%A9tique&ots=pdSKSNFz81&sig=vp8U6m7CX9Fbik4MIE6pbkvbFd0&redir_esc=y#v=onepage&q=transition%20%C3%A9nerg%C3%A9tique&f=false

Fauconnier, G. (1995). Mens en media. Een introductie tot de massacommunicatie. Garant. https://books.google.be/books?hl=fr&lr=&id=fsq122EHW98C&oi=fnd&pg=PA11&dq=massacommunicatie&ots=wzxGPeK6KV&sig=qmp0zyC_KaRzCB7AdOLyC0w3wPc&redir_esc=y#v=onepage&q=massacommunicatie&f=false

Fourie, P. J. (2007). Media Studies : Media history, media and society. Juta and Company Ltd. https://books.google.be/books?id=MrlnwlKQDr4C&printsec=frontcover&dq=inauthor:%22Pieter+Jacobus+Fourie%22&hl=en&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

Van Wijk, K. (2017). De media-explosie trends en issues media en communicatie. Boom.

Loisen, J., Joye, S., & Verstraeten, H. (2020). Communicatie & media een inleiding tot communicatiewetenschappen: Onderzoek en theorie. Acco. Beschikbaar online <https://www.ugent.be/ps/nl/voor-toekomstige-studenten/infomomenten/cursusmateriaal/communicatiewetenschappen/bachelor1/communicatiewetenschap>

16.1 Artikelen De Standaard³⁰

1. Sertyn, P. (8 januari 2022). *'Ook Europa gebruikt energie als wapen'*. De Standaard. https://www.standaard.be/cnt/dmf20220107_97885472 X
2. Rau, M. (8 januari 2022). *Het koloniale geweld in Congo houdt aan*. De Standaard. https://www.standaard.be/cnt/dmf20220107_97884460 X
3. Mooijman, R. (11 januari 2022). *Hoe de Green Deal de inflatie aanwakkert*. De Standaard. https://www.standaard.be/cnt/dmf20220110_97938179
4. Korneel, D. (18 januari 2022). *Waterstof schudt geopolitieke kaart grondig door elkaar*. De Standaard. https://www.standaard.be/cnt/dmf20220117_98392822 X
5. Nath, G. (22 januari 2022). *Kortsluitingen in de wereldwijde energiemarkt*. De Standaard. https://www.standaard.be/cnt/dmf20220121_98050237 X
6. Cattebeke, H. (24 januari 2022). *CD&V wil nieuwe kerncentrales mogelijk maken*. De Standaard. https://www.standaard.be/cnt/dmf20220123_98085543
7. *Negatief advies over label kerncentrales en gas*. (25 januari 2022). De Standaard. https://www.standaard.be/cnt/dmf20220124_98039829 X
8. Winckelmans, W. (29 januari 2022). *Hoe België zich op de kaart wil zetten als waterstofland*. De Standaard. https://www.standaard.be/cnt/dmf20220130_98034131
9. Reynebeau, M. (2 februari 2022). *Ook de coalitie vreest de winterkou*. De Standaard. https://www.standaard.be/cnt/dmf20220201_98121740
10. Brinckman, B. (4 februari 2022). *Nieuwe studie kernuitstap blijft theorie*. De Standaard. https://www.standaard.be/cnt/dmf20220203_98120451
11. Winckelmans, W. (5 februari 2022). *'Ik had vaak het gevoel dat ik loodgieter moest spelen, ik ben liever architect'*. De Standaard. X https://www.standaard.be/cnt/dmf20220204_98207730
12. Sall, M., & Michel, C. (15 februari 2022). *Europeanen en Afrikanen, deel jullie troeven met elkaar*. De Standaard. https://www.standaard.be/cnt/dmf20220214_98114571
13. Derde, C., & Janssens, G. (18 februari 2022). *Pak de energie-overwinsten aan*. De Standaard. https://www.standaard.be/cnt/dmf20220218_09203941
14. Winckelmans, W. (21 februari 2022). *Fossiele brandstoffen veroorzaken inflatie, groene energie krijgt de schuld*. De Standaard. https://www.standaard.be/cnt/dmf20220220_98167204
15. Mooijman, R. (24 februari 2022). *'Berlijn heeft zich in de voet geschoten met kernuitstap'*. De Standaard. https://www.standaard.be/cnt/dmf20220223_98103725
16. Winckelmans, W. (28 februari 2022). *'Wil je Poetin treffen? Isoleer uw huis'*. De Standaard. https://www.standaard.be/cnt/dmf20220227_98042832
17. Roox, I. (1 maart 2022). *Herstel én energietransitie Italië onder druk door Oekraïne-crisis*. De Standaard. https://www.standaard.be/cnt/dmf20220301_95518560 X
18. Reynebeau, M. (2 maart 2022). *De scheve wereld na Oekraïne*. De Standaard. https://www.standaard.be/cnt/dmf20220301_98481163

³⁰ Artikelen die zijn geselecteerd voor analyse zijn gemarkeerd met een groen kruis.

19. Hannes, T. (3 maart 2022). *Poetin, het gezicht van de klimaatdreiging*. De Standaard. https://www.standaard.be/cnt/dmf20220302_98232882
20. Winckelmans, W. (7 maart 2022). *Groenen zetten deur open voor verlenging kerncentrales*. De Standaard. https://www.standaard.be/cnt/dmf20220306_98034065 X
21. Winckelmans, W. (8 maart 2022). *Hoe haalbaar is plan B voor de kernuitstap?* De Standaard. https://www.standaard.be/cnt/dmf20220307_97911829
22. Vanschoubroek, C. (8 maart 2022). *Openhouden kerncentrales niet noodzakelijk nefast voor Groen.* De Standaard. https://www.standaard.be/cnt/dmf20220307_97919640 X
23. Vanschoubroek, C. (9 maart 2022). *Dit ligt op tafel om uw energiefactuur te milderen.* De Standaard. https://www.standaard.be/cnt/dmf20220308_97879720
24. Winckelmans, W. (10 maart 2022). *Accijnzen op brandstof moeten naar minimum.* De Standaard. https://www.standaard.be/cnt/dmf20220310_97306548
25. Monbiot, G. (10 maart 2022). *Meteen afkicken van Russisch gas.* De Standaard. https://www.standaard.be/cnt/dmf20220309_98046579 X
26. Vanschoubroek, C. (14 maart 2022). *Hoeveel heeft Vivaldi nog veil om uw energiefactuur te blussen?* De Standaard. https://www.standaard.be/cnt/dmf20220314_95077970
27. Decock, S. (15 maart 2022). *'We maken onszelf iets wijs als we met deze maatregelen consumptie op peil willen houden'.* De Standaard. https://www.standaard.be/cnt/dmf20220315_94235908
28. *Overzicht | Met deze maatregelen wil de regering uw energiefactuur milderen.* (15 maart 2022). De Standaard. https://www.standaard.be/cnt/dmf20220314_98150751
29. Sioen, L. (15 maart 2022). *Welke prijs willen we betalen om Poetin buiten te houden?* De Standaard. https://www.standaard.be/cnt/dmf20220314_98015796
30. *'Met deze deal steunen we de Russische oorlogskas'.* (16 maart 2022). De Standaard. https://www.standaard.be/cnt/dmf20220315_98229831 X
31. Lemmens, K. (16 maart 2022). *'Zet Poetin een hak, trek een dikke trui aan'.* De Standaard. https://www.standaard.be/cnt/dmf20220315_98228206
32. Lemmens, K. (16 maart 2022). *'Zet Poetin een hak, trek een dikke trui aan'.* De Standaard. https://www.standaard.be/cnt/dmf20220315_98228206
33. Reynebeau, M. (16 maart 2022). *Ethiek met fikse korting.* De Standaard. https://www.standaard.be/cnt/dmf20220315_98226220
34. Mooijman, R. (17 maart 2022). *Wat de oorlog betekent voor de wereldeconomie.* De Standaard. https://www.standaard.be/cnt/dmf20220317_95628700
35. Winckelmans, W. (17 maart 2022). *D-day voor onze energiemix.* De Standaard. https://www.standaard.be/cnt/dmf20220317_95628847 X
36. Leus, K. D. (17 maart 2022). *Het einde van een economisch tijdperk.* De Standaard. https://www.standaard.be/cnt/dmf20220316_98007528
37. *Groen koppelt hoge eisen aan verlenging kerncentrales.* (17 maart 2022). De Standaard. https://www.standaard.be/cnt/dmf20220316_98008139 X

38. *De Croo over energiedeal: 'We kiezen voor zekerheid in onzekere tijden'*. (18 maart 2022). De Standaard. https://www.standaard.be/cnt/dmf20220318_97156551
39. Delbeke, K. (19 maart 2022). *Geeft oorlog in Oekraïne groene revolutie vleugels?* De Standaard. https://www.standaard.be/cnt/dmf20220318_97742962 X
40. Winckelmans, W., & Vanschoubroek, C. (19 maart 2022). *Twee kerncentrales, maar ook niet meer dan twee.* De Standaard. https://www.standaard.be/cnt/dmf20220318_97741534 X
41. Vanschoubroek, C. (21 maart 2022). *Waarom De Croo meteen mee gaat armworstelen met Engie.* De Standaard. https://www.standaard.be/cnt/dmf20220321_94882767
42. Delbeke, K. (21 maart 2022). *Voor Saudi's is olietijdperk nog lang niet dood.* De Standaard. https://www.standaard.be/cnt/dmf20220320_97910266
43. *Geen extra gascentrale meer nodig.* (31 maart 2022). De Standaard. https://www.standaard.be/cnt/dmf20220331_94416729 X
44. Goossens, R. (2 april 2022). *De afpersers van de toekomst.* De Standaard. https://www.standaard.be/cnt/dmf20220401_97762447 X
45. Winckelmans, W. (4 april 2022). *Na federale discussie kernuitstap is het nu aan de Vlaamse regering.* De Standaard. https://www.standaard.be/cnt/dmf20220403_97647584
46. Mooijman, R. (5 april 2022). *Nederlands-Spaans voorstel voor begrotingsregels.* De Standaard. https://www.standaard.be/cnt/dmf20220404_97818135

16.2 Artikelen Het Laatste Nieuws³¹

1. Nooten, J. V. (2022, januari 11). *Gemeente plaatst 391 extra zonnepanelen op gebouwen: "Burgers kunnen deelnemen in de winst"*. In de burrt . <https://www.hln.be/kasterlee/gemeente-plaatst-391-extra-zonnepanelen-op-gebouwen-burgers-kunnen-deelnemen-in-de-winst~a6443663/>
2. Antonissen, T. (2022, januari 13). *Verlaging btw moet energiefactuur betaalbaar maken: Alle politici beseffen dat er dringend 'iets' moet gebeuren, maar wat?* Binnenland. <https://www.hln.be/binnenland/verlaging-btw-moet-energiefactuur-betaalbaar-maken-alle-politici-beseffen-dat-er-dringend-iets-moet-gebeuren-maar-wat~a49e0d75/> X
3. SVM. (2022, januari 13). *Laatste kans om retroactieve investeringspremie voor zonnepanelen aan te vragen.* Geld. <https://www.hln.be/consument/laatste-kans-om-retroactieve-investeringspremie-voor-zonnepanelen-aan-te-vragen~ab7ca504/>
4. Lier, R. van. (2022, januari 13). *RECONSTRUCTIE. Hoe is het zover kunnen komen met uw energiefactuur? De oorzaken, gevolgen en oplossingen van deze energiecrisis doorgelicht.* Geld. <https://www.hln.be/economie/reconstructie-hoe-is-het-zover-kunnen-komen-met-uw-energiefactuur-de-oorzaken-gevolgen-en-oplossingen-van-deze-energiecrisis-doorgelicht~a0db59dc/> X
5. Antonissen, T. (2022, januari 14). *"Domweg btw voor energie verlagen lost het onderliggende probleem niet op": Voorstel van minister Van Peteghem stuit op*

³¹ Artikelen die zijn geselecteerd voor analyse zijn gemarkeerd met een groen kruis.

- kritiek*. Binnenland. <https://www.hln.be/binnenland/domweg-btw-voor-energie-verlagen-lost-het-onderliggende-probleem-niet-op-voorstel-van-minister-van-peteghem-stuit-op-kritiek~aa5dd484/>
6. Aangeboden door Elia. (2022, januari 15). “*Bij Elia omarmen we de toekomst*”. Geld. <https://www.hln.be/werk/bij-elia-omarmen-we-de-toekomst~ac7a967e/>
 7. TVdB, & YAKD. (2022, januari 18). *Energieminister Van der Straeten: “Een domme btw-verlaging, daar pas ik voor”*. Binnenland. <https://www.hln.be/binnenland/energieminister-van-der-straelten-een-domme-btw-verlaging-daar-pas-ik-voor~a59f257b/>
 8. SVM. (2022, januari 19). *Van Peteghem licht voorstel om hoge energieprijzen aan te pakken in Kamer toe: “Eerst btw-verlaging, daarna duurzame oplossing”*. Geld. <https://www.hln.be/consument/van-peteghem-licht-voorstel-om-hoge-energieprijzen-aan-te-pakken-in-kamer-toe-eerst-btw-verlaging-daarna-duurzame-oplossing~afce39e0/>
 9. YAKD. (2022, januari 21). *Sociaaldemocraten Europees Parlement verzetten zich tegen groen label voor gas en kernenergie*. <https://www.hln.be/economie/sociaaldemocraten-europees-parlement-verzetten-zich-tegen-groen-label-voor-gas-en-kernenergie~aecf86cd/> X
 10. IB. (2022, januari 24). *CD&V dient wetsvoorstel in om kerncentrales van de vierde generatie mogelijk te maken*. Binnenland. <https://www.hln.be/binnenland/cdenv-dient-wetsvoorstel-in-om-kerncentrales-van-de-vierde-generatie-mogelijk-te-maken~abf9fcd5/>
 11. Roelandt, A. (2022, januari 31). *Liberalen laten verzet tegen slimme btw-verlaging voor energiefactuur varen, maar compromis is nog niet binnen*. Binnenland. <https://www.hln.be/binnenland/liberalen-laten-verzet-tegen-slimme-btw-verlaging-voor-energiefactuur-varen-maar-compromis-is-nog-niet-binnen~a312e890/>
 12. Lier, R. van. (2022, februari 1). *ANALYSE. De energiefactuur écht ontvetten. Dat is er nodig. Veel meer dan een korting van 165 euro die volgende week al opgebrand is*. Geld. <https://www.hln.be/economie/analyse-de-energiefactuur-echt-ontvetten-dat-is-er-nodig-veel-meer-dan-een-korting-van-165-euro-die-volgende-week-al-opgebrand-is~a4ca141e/>
 13. Aangeboden door Saxo Bank. (2022, februari 2). *Dwingt de stijgende energiefactuur ons om eindelijk de transitie naar groene stroom in te zetten?* Geld. <https://www.hln.be/geld/dwingt-de-stijgende-energiefactuur-ons-om-eindelijk-de-transitie-naar-groene-stroom-in-te-zetten~ab206811/> X
 14. JMBB. (2022, februari 3). *Rist maatregelen moet Brusselse energiemarkt aantrekkelijker en solidairder maken*. In de buurt. <https://www.hln.be/brussel/rist-maatregelen-moet-brusselse-energiemarkt-aantrekkelijker-en-solidairder-maken~a85dd9b3/> X
 15. Rutge, L. (2022, februari 10). *Zonnepanelen op 59 sociale woningen van Dewaco via Vlaams Energiebedrijf*. In de buurt. <https://www.hln.be/aalst/zonnepanelen-op-59-sociale-woningen-van-dewaco-via-vlaams-energiebedrijf~ab73a965/>

16. BJS/BLG. (2022, februari 16). *Premier De Croo leidt president van Namibië rond in Antwerpse haven: “Onze ambities zijn dezelfde: een belangrijke speler op het gebied van waterstof worden”*. In de buurt. <https://www.hln.be/antwerpen/premier-de-croo-leidt-president-van-namibie-rond-in-antwerpse-haven-onze-ambities-zijn-dezelfde-een-belangrijke-speler-op-het-gebied-van-waterstof-woorden~aef8dc78/>
17. (2022, februari 24). *Energiezuinig verbouwen wordt aantrekkelijker: Regering verhoogt premie voor warmtepompen en dakisolatie*. Woon. <https://www.hln.be/woon/energiezuinig-verbouwen-wordt-aantrekkelijker-regering-verhoogt-premie-voor-warmtepompen-en-dakisolatie~a52f6385/>
18. Meeusen, E. (2022, maart 2). *188 omwonenden investeren in twee nieuwe windturbines vlakbij E34 in Zoersel*. In de buurt. <https://www.hln.be/zandhoven/188-omwonenden-investeren-in-twee-nieuwe-windturbines-vlakbij-e34-in-zoersel~a29cb350/> X
19. HR. (2022, maart 7). *Van der Straeten pleit voor ongeziene versnelling hernieuwbare energie en lagere factuur*. Binnenland. <https://www.hln.be/binnenland/van-der-straelen-pleit-voor-ongeziene-versnelling-hernieuwbare-energie-en-lagere-factuur~a777e9ca/>
20. IRY. (2022, maart 13). *De Sutter wil btw op zonnepanelen naar minimum verlagen*. Nieuws. <https://www.hln.be/nieuws/de-sutter-wil-btw-op-zonnepanelen-naar-minimum-verlagen~ab59f37d/>
21. HAA. (2022, maart 16). *Tot 4 procent minder fossiele brandstoffen verbruiken per jaar: Zo wil Groen energietransitie versnellen*. Wetenschap & Planeet. <https://www.hln.be/milieu/tot-4-procent-minder-fossiele-brandstoffen-verbruiken-per-jaar-zo-wil-groen-energietransitie-versnellen~a48d723f/> X
22. TVdB. (2022, maart 17). *Van der Straeten: “Al contact met Engie over verlengde levensduur kerncentrales”*. Binnenland. <https://www.hln.be/binnenland/van-der-straelen-al-contact-met-engie-over-verlengde-levensduur-kerncentrales~a0f4d494/>
23. GVBR. (2022, maart 17). *Vlaanderen gaat nauwer samenwerken met Noorwegen op vlak van energie*. Wetenschap & Planeet. <https://www.hln.be/milieu/vlaanderen-gaat-nauwer-samenwerken-met-noorwegen-op-vlak-van-energie~ab7c63e1/>
24. Antonissen, T. (2022, maart 17). *Groen wil 8 miljard in drie jaar vrijmaken voor energietransitie: “Geen oplossing op korte termijn”*. Binnenland. <https://www.hln.be/binnenland/groen-wil-8-miljard-in-drie-jaar-vrijmaken-voor-energietransitie-geen-oplossing-op-korte-termijn~a2cb09c9/> X
25. Redactie (2022, maart 18). *Regering heeft 1,16 miljard euro veil voor versnelde energietransitie*. Binnenland. <https://www.hln.be/binnenland/regering-heeft-1-16-miljard-euro-veil-voor-versnelde-energietransitie~a82c90ef/> X
26. Kv. (2022, maart 18). *Reacties op levensduurverlenging kerncentrales: “Regering koos voor zowel pest als cholera”*. Binnenland. <https://www.hln.be/binnenland/reacties-op-levensduurverlenging-kerncentrales-regering-koos-voor-zowel-pest-als-cholera~ad784c51/>
27. HLA, AW. (2022, maart 18). *Kernkabinet bereikt akkoord over kernuitstap: Twee jongste kerncentrales blijven 10 jaar langer open*. Binnenlant.

- <https://www.hln.be/binnenland/kernkabinet-bereikt-akkoord-over-kernuitstap-twee-jongste-kerncentrales-blijven-10-jaar-langer-open~a326b86f/>
28. Van Den Eynde, I. (2022, maart 19). *ONZE OPINIE. Is een crisis gebruikt om de energie-omslag hardhandig te versnellen?* Nieuws. <https://www.hln.be/nieuws/onze-opinie-is-een-crisis-gebruikt-om-de-energie-omslag-hardhandig-te-versnellen~aa79347f/> X
29. YAKD. (2022, maart 21). *Energiespecialist professor Ronnie Belmans na akkoord kernuitstap: “Vlaamse regering moet nu tandje bijsteken”.* Geld. <https://www.hln.be/economie/energiespecialist-professor-ronnie-belmans-na-akkoord-kernuitstap-vlaamse-regering-moet-nu-tandje-bijsteken~aa08d984/>
30. TVdB. (2022, maart 21). *Verlaagd btw-tarief voor zonnepanelen, warmtepompen en zonneboilers gaat in op 1 april.* Binnenland. <https://www.hln.be/binnenland/verlaagd-btw-tarief-voor-zonnepanelen-warmtepompen-en-zonneboilers-gaat-in-op-1-april~a13ce33b/> X
31. HAA. (2022, maart 23). *Kerncentrales boeken tot 3,3 miljard euro winst tegen 2024.* Geld. <https://www.hln.be/geld/kerncentrales-boeken-tot-3-3-miljard-euro-winst-tegen-2024~ac969ce9/>
32. Vansina, W. (2022, maart 30). *Stad zoekt personeel voor energietransitie.* In de buurt. <https://www.hln.be/mechelen/stad-zoekt-personeel-voor-energietransitie~ad007d14/> X
33. Vierendeels, T. (2022, april 1). *Ruimtevaart, vleermuisafweersystemen en thuisbatterijen: Laborelec maakt zich klaar voor de toekomst.* In de buurt. <https://www.hln.be/linkebeek/ruimtevaart-vleermuisafweersystemen-en-thuisbatterijen-laborelec-maakt-zich-klaar-voor-de-toekomst~abe1441b/>

UNIVERSITÉ CATHOLIQUE DE LOUVAIN
Faculté de philosophie, arts et lettres

Place Blaise Pascal, 1 bte L3.03.11, 1348 Louvain-la-Neuve, Belgique | www.uclouvain.be/fial