



**Masterproef  
Politieke Communicatie**

**Wat zullen we vandaag lezen?  
Een onderzoek naar de nieuwsselectie van burgers**

Jeroen Peeters



**Promotor: Prof. Dr. Ruud Wouters  
Verslaggever: Prof. Dr. Steve Paulussen**

Master Politieke Communicatie ([www.politiekecommunicatie.be](http://www.politiekecommunicatie.be))  
Rolnummer student(e) 20133384  
Faculteit Politieke en Sociale Wetenschappen  
Academiejaar 2016-2017

## Inhoudsopgave

1	Inleiding.....	1
2	Selective Exposure .....	3
2.1	Mechanismen van selective exposure.....	3
2.1.1	Cognitieve dissonantie.....	3
2.1.2	De theorie van Lay epistemics en motivated reasoning.....	5
2.1.3	Cognitieve vrekken en heuristieken .....	7
2.1.4	Kwaliteit van de bron.....	8
2.2	Selective exposure onderzoek .....	9
2.2.1	Partisan selective exposure .....	10
2.3	Filter bubbels.....	12
3	Nieuwswaarden.....	14
4	Issue.....	15
4.1	Issue public hypothesis .....	16
5	Hypothesen en methode .....	17
5.1	Hypothesen .....	17
5.2	Methodologie.....	18
5.2.1	Operationalisering.....	19
5.2.2	Stimulus .....	20
5.3	Respondenten en periode .....	22
6	Resultaten .....	22
6.1	Vorbereidend werk .....	23
6.2	Hypothesen .....	24
6.2.1	Hypothese 1.....	24
6.2.2	Hypothese 2.....	25
6.2.3	Hypothese 3.....	25
6.2.4	Hypothese 4.....	26

6.2.5	Meervoudige regressie .....	27
6.3	Socio-demografische verschillen .....	28
6.3.1	Partij affiniteit .....	28
6.4	Personalisering.....	30
6.5	Conflict .....	32
6.6	Issue importance .....	33
7	Conclusie.....	35
8	Discussie .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
9	Dankwoord .....	38
10	Appendix .....	39
10.1	Volledige lijst van krantenkoppen .....	39
10.2	Verdeling van de krantenkoppen .....	42
10.3	Socio-demografische kenmerken respondenten .....	46
11	Bibliografie.....	67

## Abstract

Selective exposure is resurging as a hot topic for investigation. This paper contributes to the existing selective exposure literature by investigating which factors are important for people when they select news. The factors used in this study are personalization, conflict, party sympathy and issue importance. Furthermore I examined if there are differences between people based on 4 different socio-demographic attributes, their gender, age and educational level. An experiment was used to see what sort of news people prefer. Respondents were faced with different sets of 5 news headlines from which they had to choose 2. Additionally they had to evaluate a single news headline on the probability that they will read the entire article. Results show that party sympathy and issue importance do indeed have an effect on news selection. Additionally, results show several differences between people with different socio-demographic characteristics. Thus this study provides evidence for the existence of selective exposure.

Keywords: Selective exposure, partisan selective exposure, news selection, experiment, new media, media use, Political partisanship

## 1 Inleiding

We leven vandaag de dag in een digitaal tijdperk. Dit heeft ook een enorme impact op het medialandschap en mediagebruik in Vlaanderen. Uit de Digimeter van 2016 bleek dat meer Vlamingen dagelijks online nieuws lezen (35,2%) dan een krant lezen (31,5%). Meer nog, 41,1 procent van de Vlamingen raadpleegt dagelijks zijn smartphone om nieuw te bekijken, voor Vlamingen onder de 40 jaar is de smartphone zelfs de belangrijkste nieuwsbron. We zien dus dat de nieuwe mediakanalen in opmars zijn. Uit het digital news report van 2016 bleek dat sociale media ook een belangrijke bron van nieuws zijn voor Vlamingen. Als we kijken naar het wekelijks nieuws bereik, zien we dat 45 procent van de Vlamingen op sociale media blootgesteld wordt aan nieuwsberichten. Het rapport toont ook dat facebook de belangrijkste sociale media is in Vlaanderen, 42 procent van de Vlamingen heeft facebook en gebruikt het (Newman, Fletcher, Levy, & Nielsen, 2016).

Als we gaan kijken naar de mening die mensen hebben over nieuwsconsumptie dan zien we dat mensen het over het algemeen belangrijk vinden om nieuws te volgen.

Meer dan 85% van de bevroagde Vlamingen gaf aan dat ze het eens waren met de stelling dat het belangrijk is om nieuws te volgen (Vanhaelewyn & De Marez, 2016). Maar als we kijken naar het vertrouwen in de media zien we een ander verhaal. Slechts 59 procent van de Vlamingen geeft aan dat ze het merendeel van de tijd de media vertrouwen. Het vertrouwen in journalisten ligt nog lager. Deze discrepantie is natuurlijk wel vreemd. Mensen vinden het belangrijk om nieuws te volgen, maar een groot deel van de bevolking vindt niet dat we het nieuws altijd kunnen vertrouwen.

Hoe gaan mensen dan nieuws opzoeken? Want uit de digimeter van vorig jaar bleek dat mensen het dus wel belangrijk vinden om nieuws te lezen. We kunnen dus verwachten dat mensen dit ook effectief gaan doen. Maar in de digitale omgeving is er een heel groot aanbod van mogelijke nieuwsbronnen, dat gemakkelijk bereikbaar is. Mensen kunnen en moeten dus veel vaker keuzes maken over wat ze gaan lezen. Vroeger had je 1 krantenabonnement, nu kan je surfen naar honderden nieuwssites en moet je telkens beslissen: wat ga ik kiezen? Maar hoe kiezen de mensen hun nieuws dan? Wat zijn de belangrijkste factoren die bepalen waarom iemand één bepaald artikel boven een ander verkiest? Dat is wat ik in dit onderzoek ga proberen te achterhalen. In dit onderzoek laat ik mensen een keuze maken uit een reeks van krantenkoppen om zo na te gaan welke criteria mensen gebruiken bij het selecteren van nieuws. Ik zal niet enkel testen welke criteria vooral belangrijk zijn voor mensen bij het maken van hun nieuwsselectie, maar ik zal dit ook proberen uit te splitsen naar geslacht en opleidingsniveau. Mijn onderzoeksvraag is dubbel in de eerste plaats onderzoek ik: *Welke factoren spelen een rol bij nieuwsselectie?* In de tweede plaats test ik: *Verschildt dit nieuwsselectieproces naargelang geslacht, leeftijd en opleidingsniveau?*

De structuur van deze paper zal zijn als volgt. Ik begin met een literatuuroverzicht waarin ik belangrijke concepten zal uitleggen. In de literatuurstudie zullen selective exposure, nieuwswaarden, isse public hypothesis, issue ownership, filter bubbels en echo chambers aan bod komen. Daarna zal ik de hypothesen overlopen die ik heb opgesteld voor dit onderzoek. Dan zal ik de methodologie beschrijven die is gebruikt in dit onderzoek. Na de methodologie volgt een bespreking van de resultaten van het onderzoek. Eindigen doe ik met een conclusie en een discussie over het gevoerde onderzoek.

## 2 Selective Exposure

Als eerste zal ik het concept van selective exposure beschrijven. Ik zal hierbij stilstaan bij de achterliggende mechanismes van selective exposure, waarbij onder andere de cognitieve dissonantie theorie aan bod zal komen. Ik zal het onderzoek dat al gevoerd is naar selective exposure kort schetsen en tot slot zal ik het ook nog hebben over partisan selective exposure.

Als mensen vijftig jaar geleden nieuws consumeerden, dan kregen de meeste mensen allemaal dezelfde informatie binnen. Er waren namelijk maar een handvol kranten en er was maar één televisiekanaal dat nieuws bracht. De blootstelling aan nieuws gebeurde vaak via 'inadvertent audiences'. Dit zijn mensen die kijken naar het nieuws als een bijproduct. Bijvoorbeeld hun favoriete serie komt vlak voor of na het nieuws, dus kijken ze meteen ook maar naar het nieuws. Door deze inadvertent audiences werd de kloof tussen mensen met veel politieke interesse en mensen met weinig politieke interesse voor een deel weggewerkt (Bennett & Iyengar, 2008).

Echter vandaag de dag in een tijdperk van digitale media, is het voor mensen zeer gemakkelijk geworden om zich compleet af te sluiten van politiek nieuws (Prior, 2007). Er zijn tegenwoordig enorm veel niche sites en kranten op het internet worden niet meer aangeboden als bundel. Je kan met andere woorden enkel het sport gedeelte van een krant lezen, zonder een hele krant te moeten kopen (Bennett & Iyengar, 2008). Dit is wat we noemen selective exposure. Mensen gaan selectief zijn in het nieuws en de informatie waaraan zij zichzelf blootstellen. Anders gezegd mensen selecteren nieuwsoutlets die overeenkomen met hun eigen overtuigingen en predisposities (Stroud, 2008).

Dit is voor mijn onderzoek zeer belangrijk omdat ik naga of mensen wel degelijk nieuws prefereren dat overeenkomt met hun eigen overtuiging. Mijn onderzoek zal dus ten dele testen of we wel degelijk kunnen spreken over selective exposure hier in de Vlaamse case.

### 2.1 Mechanismen van selective exposure

#### 2.1.1 Cognitieve dissonantie

De populairste verklaring voor het fenomeen van selective exposure is de cognitieve dissonantie theorie. Deze theorie werd bedacht door de Amerikaan Leon Festinger in

1957. De theorie stelt dat mensen zich soms bevinden in een situatie waarbij twee of meer van hun attitudes, ideeën of gedragingen met elkaar in conflict zijn. Dit zorgt voor een onaangenaam gevoel, namelijk cognitieve dissonantie, en mensen gaan proberen zo snel mogelijk dit gevoel te reduceren (Festinger, 1957). Zo kan iemand die bijvoorbeeld op dieet is plots zin krijgen om een ijsje te eten. Dan botsen 2 ideeën met elkaar, namelijk de idee dat deze persoon gewicht wil verliezen en de idee dat hij of zij graag een ijsje zou willen eten. Deze conflictsituatie zorgt voor een onaangenaam gevoel bij de persoon, een gevoel van cognitieve dissonantie.

Festinger (1957) stelt dat er drie mogelijke oplossingen zijn om het gevoel van cognitieve dissonantie te laten verdwijnen. Ten eerste kan een persoon één van de cognities wijzigen. Zo kan de persoon in ons voorbeeld zichzelf wijsmaken dat hij of zij toch liever appels eet dan ijsjes. Ten tweede kan een persoon extra informatie toevoegen aan één van de cognities. In ons voorbeeld kan de persoon aan de cognitie van het ijsje toevoegen dat wanneer hij of zij een ijsje eet, hij of zij vrolijker is en meer productief waardoor hij of zij meer zal sporten. Tot slot kan een persoon de belangrijkheid van één van de cognities aanpassen. In ons voorbeeld kan de persoon ijsjes gaan vermijden. Op deze manier zal hij of zij ijsjes nog wel even graag eten, maar door er niet meer mee in contact te komen, zal hij of zij minder nadenken hoe graag hij of zij ijsjes eet.

Ditzelfde mechanisme werkt ook op het vlak van nieuwsconsumptie. Zo stellen Metzger, Hartsell en Flanagin (2015) dat er verschillende manieren zijn waarop iemand dissonantie ervaart wanneer zij blootgesteld worden aan attitude-uitdagende nieuwsbronnen. In de eerste plaats kan dissonantie dan optreden wanneer iemand akkoord gaat met een nieuwsbron die de ideologie van de oppositie versterkt. Daarnaast kan dissonantie ook optreden wanneer de attitude-uitdagende bron iemands vertrouwen in de juistheid van zijn eigen ideologie doet twijfelen. Deze situaties leiden tot een onaangenaam gevoel bij de persoon en hij of zij zal proberen om dit gevoel zo snel mogelijk te reduceren. Eén van de mogelijke oplossingen is het vermijden van dergelijke nieuwsberichten. Dit leidt dan tot het fenomeen waarbij mensen vooral nieuws en informatie zullen opzoeken dat overeenkomt met zijn of haar eigen overtuigingen, anders gezegd selective exposure. De nieuwsmedia kunnen dus zowel cognitieve dissonantie veroorzaken, als vermijden. Zij kunnen het enerzijds veroorzaken door dissonante informatie te presenteren en anderzijds oplossen door

informatie te presenteren die overeenkomt met iemand zijn overtuigingen (Stroud, 2011).

Festinger (1957) zelf stelt dat of selective exposure al dan niet optreedt, afhangt van de mate van cognitieve dissonantie. Hij zegt dat wanneer mensen een matige hoeveelheid van cognitieve dissonantie ervaren, ze gemotiveerd zullen zijn om informatie op te zoeken die consonantie oplevert en informatie die extra dissonantie zou opleveren te vermijden. Wanneer mensen een extreme hoeveelheid dissonantie ervaren, zullen zij volgens Festinger juist eerder gemotiveerd zijn om dissonante informatie op te zoeken om zo terug tot een consonante status te komen. Stroud (2011) vertaalt dit goed naar de politieke werkelijkheid door te stellen dat wanneer een persoon bijvoorbeeld constant issues zou vinden waarop hij verschilt met de partij waar hij zich mee identificeert, hij op een bepaald moment kan beginnen met positieve informatie op te zoeken over een andere partij. Hij zou dus zijn dissonantie reduceren door van partijtrouw te wisselen. Concreet kan iemand die zichzelf steeds identificeerde met N-VA na veel dissonante informatie te vinden, zich gaan identificeren met Open VLD.

#### 2.1.2 De theorie van Lay epistemics en motivated reasoning

De cognitieve dissonantie theorie is de basis voor veel andere theorieën over selective exposure. Deze theorieën gaan er ook van uit dat mensen soms gemotiveerd zijn om informatie op te zoeken die overeenkomt met hun eigen overtuigingen. Maar ze gaan niet akkoord met het feit dat er dissonantie nodig is voor selective exposure. Een eerste theorie die een andere mogelijke verklaring kan geven voor selectieve exposure is de 'theory of lay epistemics' van Kruglanski (2013). Hij stelt dat epistemische motivaties van mensen op te delen zijn in twee dimensies. Een eerste dimensie is afsluiting (closure) zoeken versus afsluiting (closure) vermijden. De tweede dimensie is specifieke afsluiting versus niet-specifieke afsluiting. Of selective exposure al dan niet voorkomt hangt af van welke van deze motivaties optreedt.

De noodzaak om afsluiting te vermijden zal er voor zorgen dat mensen conflicterende informatie zullen opzoeken als ze bijna afsluiting hebben bereikt. Wanneer de oplossing voldoende ambigue of dubbelzinnig is geworden, zal de persoon stoppen met nog verdere informatie op te zoeken. Dit kan dus leiden tot selective exposure wanneer iemand afsluiting wil vermijden, maar geneigd is een conclusie te bekomen



die ingaat tegen zijn of haar eigen overtuigingen, dan zal hij of zij zijn of haar blootstelling volledig aanpassen en dus zeer selectief zijn in wat ze wel of niet opzoeken en lezen (Stroud, 2011). Een drang naar afsluiting kan ook leiden tot selective exposure. Wanneer mensen een drang hebben naar niet-specifieke afsluiting en dus eender welke conclusie willen bekomen, zullen ze eender welke informatie opnemen totdat ze een conclusie bereikt hebben. Vanaf dat punt zullen ze stoppen met verder informatie op te zoeken omdat ze niet willen stuiten op tegengestelde informatie. Dus wanneer een conclusie bereikt is, zal er selective exposure zijn zodat de conclusie niet open zal staan voor discussie. Tot slot zal ook de nood voor specifieke afsluiting zorgen voor selective exposure. Wanneer we op zoek zijn naar specifieke afsluiting dan willen we een geprefereerde uitkomst krijgen. Om deze geprefereerde uitkomst te bekomen, zullen we enkel informatie opzoeken die ons zal leiden tot onze gewilde conclusie. Bijvoorbeeld als ik tot de conclusie wil komen dat partij A de beste keuze is om op te stemmen, zal ik enkel bronnen raadplegen die partij A als de beste ziet en zal ik enkel informatie zoeken die zegt dat partij A geweldig is. We kunnen dus steeds verwachten dat mensen die nood hebben aan specifieke afsluiting aan selective exposure zullen doen (Stroud, 2011).

Een tweede theorie, die nauw verweven is met de theorie of lay epistemics is de theorie van 'motivated reasoning' van Kunda (1990). Deze theorie stelt dat mensen gedreven worden door verschillende doelen. Een eerste set van doelen is wat zij noemt 'accuracy goals' ofwel nauwkeurigheidsgoelen. De nauwkeurigheidsgoelen zullen weliswaar niet leiden tot selective exposure. Directionele doelen zullen wel leiden tot selective exposure. Deze doelen motiveren mensen om geprefereerde conclusies te bekomen. Deze doelen kunnen er dus toe leiden dat mensen op zoek gaan naar gelijkgestemde informatie en tegengestelde informatie zullen vermijden. Maar wanneer mensen gedreven worden door directionele doelen, zal er selective exposure optreden voor zover ze nadien niet het gevoel hebben dat ze bevooroordeeld waren.

Deze theorieën komen ten dele overeen met het concept van 'confirmation bias'. Confirmation bias verwijst naar de praktijk waarbij mensen heel eenzijdige informatie opzoeken om zo tot een bepaald besluit te komen. Er is een duidelijk verschil tussen het evalueren van informatie om zo tot een bepaalde conclusie te komen en informatie opzoeken die uw al eerder gevormde conclusie onderbouwt. In het eerste geval zal iemand informatie opzoeken over beide kanten van een verhaal. In het tweede geval

zal iemand enkel eenzijdige informatie opzoeken die een bepaalde visie onderbouwen (Nickerson, 1998).

De theorieën van motivated reasoning en lay epistemics bouwen voort op de idee van cognitieve dissonantie dat selective exposure veroorzaakt wordt door motieven van mensen. We zien dat directionele doelen en specifieke afsluiting beide in zo goed als alle gevallen leiden tot selective exposure. Maar motieven zijn niet de enige oorzaken waarom we selective exposure kunnen verwachten.

### 2.1.3 Cognitieve vrekken en heuristieken

Mensen zijn over het algemeen beperkt in hun cognitieve capaciteiten. Dit leidt ertoe dat onze hersenen contant shortcuts ofwel heuristieken zoeken om dit probleem op te lossen. Dit kan echter wel zorgen dat mensen tot verkeerde conclusies komen (Fiske & Taylor, 2013). Eén van de theorieën die hier op voort bouwt is de theorie van 'cognitive misers' ofwel cognitieve vrekken van Fiske en Taylor (1984). Deze theorie geeft een andere reden waarom mensen informatie opzoeken die overeenkomt met hun eigen overtuigingen. Zij stellen dat dit voor komt omdat onze hersenen cognitieve vrekken zijn. Hiermee bedoelen Fisk en Taylor dat onze hersenen altijd zullen proberen om zo weinig mogelijk cognitieve middelen te gebruiken bij het verzamelen van informatie. Net zoals een vrek altijd zal proberen zo weinig mogelijk geld uit te geven. Onze hersenen proberen dan ook om altijd zo snel mogelijk een conclusie te bereiken. Voor mensen is het verwerken van informatie die ingaat tegen hun eigen overtuigingen heel intensief en moeilijk. Mensen hebben namelijk meer tijd en energie nodig om tegenstrijdige informatie te begrijpen. Attitude consistente informatie aan de andere kant is veel eenvoudiger te verwerken dan informatie die niet overeenkomt met onze attitudes. Hierdoor zullen mensen het zoeken van attitude-inconsistente informatie vermijden omdat het meer cognitieve middelen vereist en onze hersenen cognitieve vrekken zijn.

De cognitieve vrek theorie stelt dus niet dat selective exposure zal optreden door attudinale aversie voor bepaalde informatie of nieuwsberichten, maar eerder door een drang om de cognitieve verwerking te beperken. Mensen nemen ook cognitieve shortcuts of heuristieken op het vlak van politiek (Stroud, 2011). Een voorbeeld hiervan kan zijn dat wanneer mensen niet weten van welke partij de eerste minister of president is, ze er van uit zullen gaan dat hij of zij van de partij is die de meeste zetels heeft in

het parlement. Een ander voorbeeld is dat mensen partijprogramma's en ideologie gebruiken om bepaalde zaken te weten te komen over kandidaten tijdens de verkiezingen. Als mensen bij politiek gebruik maken van heuristieken om cognitieve verwerking te beperken, dan is het logisch dat ze dit ook zullen doen wanneer ze nieuws vergaren over politiek in de krant of op het internet.

#### 2.1.4 Kwaliteit van de bron

Een laatste reden waarom selective exposure kan optreden kunnen we vinden bij de kwaliteit van de bron. Fischer, Jonas, Frey en Schulz-Hardt (2005) vonden in hun studies dat de kwaliteit van de bron zeer belangrijk was voor individuen bij het opzoeken van informatie. Hun respondenten gaven aan dat wanneer zij een keuze moeten maken tussen verschillende stukken van informatie, zij de informatie selecteren met de hoogste kwaliteit. Deze bevinding lijkt zeer goed te zijn voor de informatievergaring van mensen. Als mensen systematisch de bron kiezen met de hoogste kwaliteit, dan is dit een goede zaak voor het informatiegehalte van de gemiddelde burger. Maar de beoordeling of een bron al dan niet kwaliteitsvol is, is subjectief. Niet iedereen vindt bijvoorbeeld dat bron A kwaliteitsvoller is dan bron B. Meer nog Lord, Ross en Lepper (1979) vonden in hun onderzoek dat mensen een hogere kwaliteit toeschrijven aan bronnen die overeenkomen met hun eigen predisposities. Dit noemt men ook wel 'biased assimilation', het toeschrijven van meer geloofwaardigheid, legitimiteit en kwaliteit aan attitude-consistente informatie.

Ook in het nieuws zien we dit gebeuren. Wanneer men een attitude-inconsistente boodschap op een neutrale manier in het nieuws brengt, zal de persoon deze nieuwsverslaggeving als leugenachtig zien en zal men het gevoel hebben dat de nieuwsmedia een bepaalde kleur heeft. Niet-neutraal nieuws over attitude-consistente informatie zullen mensen dan weer zien als accurate, billijke en kwaliteitsvolle nieuwsverslaggeving. Dit leidt er toe dat mensen meer attitude-consistent nieuws zullen lezen omdat ze dit kwaliteitsvoller vinden. Het valt dus te verwachten dat kwaliteitsperceptie zal zorgen voor selective exposure. Mensen gebruiken bij het kiezen van nieuws en informatie verschillende criteria waarbij de kwaliteit een belangrijke factor is (Stroud, 2011).

## 2.2 Selective exposure onderzoek

Ik zal nu kort een overzicht geven van het reeds gevoerde onderzoek naar selective exposure. Het onderzoek naar selective exposure kwam op in de jaren '60 van de vorige eeuw. Men vond in eerste instantie veel bewijs dat selective exposure bestond en dat mensen dit ook actief deden. Maar in de decennia die volgden, kende het onderzoek een enorme daling. Dit had te maken met invloedrijke reviews die verschenen over het verzamelde bewijs voor selective exposure (Freedman & Sears, 1965; Sears & Freedman, 1967). Maar met de recente ontwikkelingen in het medialandschap en de enorme opkomst van het internet, is de notie van selective exposure terug populairder geworden bij onderzoekers (Bennett & Iyengar, 2008; S. Iyengar, K. S. Hahn, J. A. Krosnick, & J. Walker, 2008; Metzger et al., 2015; Stroud, 2008). Deze nieuwere onderzoeken vonden consistentere bewijs voor selective exposure.

Het onderzoek naar selective exposure kunnen we grofweg opdelen in twee groepen die van elkaar verschillen op basis van hun strategie om selective exposure te meten. Zij verschillen niet zo zeer in de mate van design maar wel de manier waarop ze selective exposure trachten bloot te leggen. De eerste strategie van onderzoeken biedt steun voor selective exposure, maar de onderzoekers kijken niet naar hoe de data nog geïnterpreteerd kunnen worden. Zij zien hun data als het ware enkel als het resultaat van selective exposure. De tweede strategie van onderzoeken lost het probleem van de eerste groep op, maar vindt dan weer gemengd bewijs voor selective exposure (Stroud, 2011). Ik zal hieronder beide groepen van onderzoeken bespreken. De eerste strategie begint met het bepalen van het standpunt dat naar voorkomt in een bepaalde boodschap, dit kan bijvoorbeeld voor of tegen abortus zijn. Daarna evalueert men of het publiek van de boodschap de mening van de boodschap deelt. Bijvoorbeeld mensen die kanker hebben of hebben gehad, zullen boodschappen over kankeronderzoek en boodschappen van 'kom op tegen kanker', interessanter vinden en dus vaker bekijken, dan andere mensen. Over het algemeen vinden deze onderzoeken dat het publiek van communicatieboodschappen akkoord gaan met de boodschap. Een probleem van deze strategie is dat ze niet kijken of mensen de motivatie hebben om informatie op te zoeken die overeenkomt met hun eigen overtuigingen. Andere factoren kunnen de resultaten ook verklaren. Bijvoorbeeld de beschikbaarheid van de boodschap (Sears & Freedman, 1967). Mensen die wonen in

een stad die eerder CD&V georiënteerd is, zullen meer informatie over CD&V binnenkrijgen. Dit gebeurt dan niet omdat de mensen van de stad actief op zoek gaan naar informatie over de CD&V en informatie over andere partijen ontwijken. Maar wel omdat deze informatie veel meer beschikbaar is dan andere informatie.

Een tweede strategie die onderzoekers gebruiken om selective exposure te testen, is mensen verschillende boodschappen voorschotelen, boodschappen die attitude-consistent, attitude-inconsistent en neutraal zijn. Dan kijken de onderzoekers welke boodschappen de respondenten selecteren. Als mensen vaker de attitude-consistente boodschappen verkiezen boven de attitude-inconsistente boodschappen, dan kunnen we spreken van selective exposure. Sommige van deze studies geven zeer duidelijke resultaten in het voordeel van selective exposure. Andere resultaten van deze studies tonen dat mensen niet altijd attitude-consistente informatie verkiezen (Stroud, 2011). Sommige onderzoekers schrijven deze gemengde resultaten toe aan het feit dat selective exposure enkel voorkomt onder bepaalde condities. Sommige van de hier boven besproken theorieën zijn het hier mee eens. Zo treedt volgens de theorie van lay epistemics selective exposure vooral op wanneer mensen nood hebben aan specifieke afsluiting en de theorie van motivated reasoning stelt dat selective exposure enkel zal optreden als mensen directionele doelen hebben.

### 2.2.1 Partisan selective exposure

Onderzoekers hebben al sinds de jaren 1950 de hypothese dat een persoon zijn blootstelling aan politieke informatie, zijn politieke voorkeur reflecteert. Met andere woorden mensen zullen informatie opzoeken die overeenkomt met hun bestaande politieke overtuigingen en informatie vermijden die ingaat tegen hun eigen politieke overtuigingen (Mutz, 2006). Enerzijds was het vroeger moeilijker om nieuwsbronnen te selecteren op basis van iemands politieke overtuigingen omdat er minder nieuwsbronnen waren waaruit gekozen kon worden. Anderzijds was het juist gemakkelijker omdat er sprake was van een sterke verzuiling. Maar tijdens verkiezingscampagnes toonden verschillende studies wel al aan dat mensen zichzelf vaker blootstelden aan informatie van de campagne van de partij die zij prefereerde (Lazarfield, Berelson, & Gaudet, 1948; Schramm & Carter, 1959; Sears & Freedman, 1967). Maar de tijden van verzuiling liggen al achter ons. Stilaan konden kranten en journalisten zich loswerken van politieke partijen en konden ze neutraler gaan

berichten over politiek op de manier die zij wilden. Vandaag de dag heeft geen enkele traditionele krant in Vlaanderen nog een duidelijke politieke kleur (Van Aelst, 2014).

Maar tegenwoordig zitten we in een digitaal tijdperk en er zijn enorm veel nieuwsbronnen beschikbaar op het internet. Deze overvloed aan nieuwssites en dergelijke leidde ook tot een toename van de polarisering in de samenleving. Het beste voorbeeld beschikbaar is de Verenigde Staten. Zo vonden Abramowitz en Saunders (2006) bijvoorbeeld dat mensen de kandidaat van de partij waar ze niet op stemmen steeds negatiever en negatiever evalueren ten opzichte van 50 jaar geleden. Mensen identificeren zich dus harder en harder met een bepaalde partij wat leidt tot deze polarisatie. Het is dus niet verbazend dat deze toegenomen partijanimositeit er toe leidt dat mensen vaker op zoek gaan naar informatie die overeenkomt met hun politieke voorkeur. Twee decennia geleden was dit nog een moeilijke opdracht, maar vandaag de dag zijn er zoveel nieuwssites op het internet, dat er voor elke ideologie wel een site is waar mensen naar toe kunnen gaan. Het internet maakt het bijvoorbeeld ook gemakkelijk voor mensen met extreme visies om gelijkgestemde zielen te vinden (Bennett & Iyengar, 2008). Onderzoek van Stroud (2008) toonde ook aan dat mensen wel degelijk nieuws kiezen op basis van hun politieke voorkeur. Zij vond in haar onderzoek dat mensen hun politieke predispositie heel goed hun mediakeuze voorspelde. Stroud zegt dat: "In other words, different media outlets may transmit different perspectives to different audiences" (p.360).

Deze ontwikkeling is als het ware ook een drijfveer voor nieuwsorganisaties om één bepaalde doelgroep aan te spreken. Dit is ook weer duidelijk te zien in de Verenigde Staten. Fox News is uitgesproken republikeins, terwijl andere zenders zoals MSNBC eerder democratisch zijn. Het is voor deze zenders economisch interessant omdat zij hierdoor ongeveer 50 procent van de bevolking aanspreken (Mullainathan & Shleifer, 2008). De situatie in België is anders, hier kennen we geen zenders of kranten die uitgesproken voor een bepaalde partij zijn. Dit komt omdat het voor nieuwsorganisaties economisch minder profijtelijk is om één bepaalde partij te steunen, omdat partijen bijvoorbeeld in Vlaanderen vaak nog geen 20 procent van de bevolking vertegenwoordigen. De beste optie hier in België is dus om neutraal te berichten om zo een grote groep mensen aan te spreken. Dit wil echter niet zeggen dat mensen op het internet of in de krant niet selectief zijn in de nieuwsberichten die ze lezen. Zo vonden Lefevere en Lesschaeve (2014) dat mensen meer informatie opzoeken over

de partij die ze positief evalueren. Zij hebben dit getest in een Vlaamse case tijdens een verkiezingscampagne en zij zagen dat mensen meer leerden over geprefereerde partijen.

Over het algemeen is er wel toenemend bewijs dat mensen die politiek gepolariseerd zijn vaak selectief hun nieuwsberichten kiezen. Belangrijk bewijs hiervoor is het 'hostile media' fenomeen (Gunther, Christen, Liebhart, & Chia, 2001; Vallone, Ross, & Lepper, 1985). Dit fenomeen stelt dat mensen vaak een bias gaan toeschrijven aan mainstream nieuwsbronnen zoals bijvoorbeeld het journaal op één of de krant De Morgen. Zowel mensen die aanhanger zijn van politiek rechts, als mensen die aanhanger zijn van politiek links doen dit. Zij zien bijvoorbeeld De Morgen als een links nieuwsmedium en mensen die politiek rechtser georiënteerd zijn, zullen dan berichten van De Morgen vermijden.

### 2.3 Filter bubbels

Selective exposure heeft ook potentiële negatieve gevolgen. Eén van deze gevaren zijn filter bubbels. Als we kijken naar online media, websites en sociale media zien we dat deze sites steeds vaker en vaker gepersonaliseerd worden aan de kenmerken en voorkeuren van de gebruiker. Zo ziet niet iedere gebruiker van een website dezelfde inhoud wanneer hij of zij de site bezoekt. De idee van filter bubbels komt voort uit deze vaststelling. Filter bubbels is een concept dat werd bedacht door Eli Pariser. In 2011 schoof hij dit idee naar voren in een TED talk. Later schreef hij er ook een boek over. Wat houdt de idee van een filter bubbel nu juist in? Sociale media sites zoals facebook, YouTube en dergelijke personaliseren de content die ze laten zien aan hun publiek zo hard, dat mensen geïsoleerd raken van andere diverse standpunten. Men heeft deze 'online recommendation systemen' opgebouwd rond algoritmes. Met andere woorden computers bepalen wat wij als gebruiker te zien krijgen. Deze computers proberen op basis van ons vorig gedrag te bepalen wat wij misschien wel interessant zullen vinden. Als de facebook algoritmes merken dat ik vaak klik op posts van Open VLD, zal facebook mij vaker berichten laten zien van Open VLD in mijn newsfeed. Deze algoritmes worden niet enkel bepaald door hetgeen wij als gebruiker op klikken en leuk vinden, maar ook door hetgeen onze vrienden 'liken' op facebook. Dit leidt er natuurlijk toe dat mijn vriendengroep enorm homogeen wordt en ik mezelf zal omringen met mensen die net zo denken als mezelf (Pariser, 2011).

Nguyen, Hui, Harper, Terveen en Konstan (2014) hebben in hun onderzoek getest of een online recommender systeem wel degelijk leidt tot filter bubbels. Zij stelden zich twee vragen. De eerste vraag was of een recommender systeem mensen aan een nauwer set van content blootstelt. De tweede vraag was hoe de ervaring van mensen die ingaan op aanbevolen content, verschilt van dat van mensen die dit niet doen. Zij vonden dat mensen die ingingen op de aanbevelingen minder risico liepen op een filter bubbel. De diversiteit van de content van deze mensen werd wel smaller, maar dit gebeurde aan een veel lager tempo dan dat van andere mensen. Een tweede onderzoek is dit van Turcotte, York, Irving, Scholl en Pingree (2015). In hun onderzoek gingen zij na wat het effect van aanbevolen berichten van vrienden was. Zij maakten in hun experiment een realistische situatie na van facebook. Mensen werden blootgesteld aan een nieuwsbericht op facebook en zagen dat een echte vriend van hun dit nieuwsbericht had aanbevolen. Wanneer zij de groep die de aanbeveling had gekregen vergeleek met de groep die geen aanbeveling had gekregen, dan zagen ze dat de eerste groep aangaf in de toekomst vaker op zoek te gaan naar nieuws van de bron van het nieuwsbericht. Dus de aanbeveling van hun vrienden had wel degelijk een effect. Wanneer de persoon die het bericht had aanbevolen niet gezien werd als een goede opinieleider, dus iemand met wie we niet overeenkomen, dit kan dan zijn qua persoonlijkheid of standpunten, dan zagen ze dat het effect veel minder was. We hebben dus nu twee studies gezien waarbij de ene aangeeft dat aanbevelingen een filter bubbel tegenwerken en een andere studie die aantoont dat aanbevelingen juist een positief effect hebben. Er is dus met andere woorden niet echt eenduidig bewijs voor het bestaan van de filter bubbel.

We kunnen echter wel enkele kritieken formuleren op het concept van de filter bubbel. Ten eerste is het bewijs voor de filter bubbel niet eenduidig. Zoals hierboven geïllustreerd is, is er onder wetenschappers geen consensus over het bestaan van de filter bubbel. Ook is er in de literatuur geen concreet eenduidig bewijs dat sociale media polarisatie aanwakkeren in de samenleving. Ten tweede is voor zo goed als niemand sociale media de enige plek waar ze hun nieuws halen. Voor slechts een beperkt deel van de bevolking is dit het geval. Andere mensen zullen zelf naar nieuwswebsites gaan. Dus de personalisering van onze nieuwsfeeds op sociale media zal een beperkt effect hebben (Trilling, 2016). Tot slot is er ook bewijs dat mensen die via sociale media nieuws consumeren, net een gevarieerder en diverser media gebruik hebben. Het feit



dat mensen via sociale media incidenteel blootgesteld worden aan nieuws zorgt ervoor dat deze mensen sneller diverse nieuwsbronnen zullen bekijken (Nielsen & Fletcher, 2016).

### 3 Nieuwswaarden

We hebben net gezien dat mensen vaak zeer selectief zijn als ze nieuws selecteren, maar op basis van welke factoren kiezen ze dan welk nieuws ze gaan lezen? Het is hierbij interessant om even een stapje terug te zetten in het nieuwsproductieproces en te kijken naar hoe journalisten zelf nieuws selecteren. Op één volledige dag gebeuren vaak enorm veel gebeurtenissen die van belang zijn. Maar hoe wordt bepaald of iets al dan niet in het nieuws komt? Er is weliswaar geen geschreven set van regels die bepalen wanneer een bepaalde gebeurtenis belangrijk genoeg is om in het nieuws te komen, maar in de dagelijkse praktijk bestaan er wel dergelijke regels onder journalisten. Door middel van werkervaring en de dagelijkse routine zijn er wat we noemen nieuwswaarden onder journalisten. Deze ongeschreven regels bepalen welke gebeurtenis nieuwswaardig is en welke gebeurtenis niet in het nieuws zal gebracht worden. Deze regels zijn echter wel subjectief, er is zoals eerder vermeld geen boek waarin journalisten kunnen nagaan of een gebeurtenis al dan niet de moeite is om te brengen in het nieuws (Harcup & O'Neill, 2001). Nieuwswaarden is weliswaar geen simpel concept. Het is onmogelijk om een volledige exhaustieve lijst op te stellen die helemaal verklaard waarom journalisten bepaalde zaken wel in het nieuws brengen en andere gebeurtenissen niet aan bod laten komen.

Waarom zijn nieuwswaarden van belang voor dit onderzoek? Mijn onderzoek peilt naar hoe mensen nieuws selecteren in de krant. Nieuwswaarden zijn factoren die een bepaalde gebeurtenis of verhaal heeft waardoor een journalist denkt dat hun publiek het zal willen lezen. Maar klopt de perceptie van journalisten wel over wat mensen willen lezen in een krant. Journalisten hebben namelijk een probleem van een 'imagined audience'. Met imagined audience bedoelen we dat de journalisten zelf een idee hebben over wie hun nieuwsberichten leest. Ze verbeelden zich wat voor type mensen hun publiek zijn. Zij gaan dan ook bepaalde kenmerken toeschrijven aan dit publiek. Maar we zien dat met de opkomst van het internet, het publiek van journalisten enorm groot geworden is (Marwick & Boyd, 2011). Vroeger was het voor journalisten simpeler om te weten wie hun publiek was. In de jaren '50 van de vorige eeuw, hadden

de kranten in Vlaanderen nog een redelijk duidelijke politieke kleur. Een journalist van een krant wist dus wat de politieke voorkeur was van zijn lezers en dus was het gemakkelijker om nieuwsberichten te schrijven die zijn publiek graag zou lezen. Maar in de decennia die volgden, kenden we in Vlaanderen een ontzuiling. Dit leidde ertoe dat de kranten in Vlaanderen steeds onafhankelijker werden van de politieke partijen (Van Aelst, 2014). Hierdoor werd het voor journalisten lastiger om te weten wat hun publiek graag zou willen lezen. Dus creëerde de journalist zelf een idee van wie of wat zijn publiek is. Hij creëerde als het ware een imagined audience. In mijn onderzoek kan ik dus ten dele nagaan of er een discrepantie bestaat tussen wat journalisten denken wat mensen willen lezen en wat mensen effectief willen lezen.

Onderzoekers hebben in de loop der jaren wel geprobeerd typologieën te creëren voor nieuwswaarden. De bekendste is deze van Galtung en Ruge (1965). Zij beschreven in hun onderzoek twaalf verschillende nieuwsfactoren. Van deze twaalf zijn er twee die voor mijn onderzoek zeer interessant zijn. Enerzijds personificatie, dit betekent dat nieuws dat gepresenteerd kan worden in termen van individuele personen in tegenstelling tot abstractere structuren sneller in het nieuws zal komen. En anderzijds negativiteit, negatieve gebeurtenissen zijn over het algemeen ondubbelzinnig en dus ook nieuwswaardiger. Ik zal zelf ook testen op deze twee factoren. Niet enkel Galtung en Ruge maar ook Harcup en O'Neill (2001) vonden twee gelijkaardige nieuwswaarden. Zij noemden deze 'Celebrity', verhalen die gaan over personen die al beroemd zijn. En 'slecht nieuws', verhalen met een negatieve toon zoals conflict of tragedie. Twee toonaangevende onderzoeken naar nieuwswaarden onderscheidden conflict nieuws en personalisering als factoren die journalisten gebruiken om nieuws te selecteren. Journalisten gaan ervan uit dat mensen dit graag lezen. Ik zal deze factoren dus ook opnemen in mijn onderzoek.

#### 4 Issue

In dit deel zal ik bespreken waarom voor mensen het issue van belang is als ze een keuze maken tussen verschillende bronnen van informatie. Ik zal de issue public hypothesis hierbij bespreken.

#### 4.1 Issue public hypothesis

De issue public hypothesis werd opgesteld door Converse (1964). Deze theorie gaat ervan uit dat mensen te maken krijgen met een informatie overvloed, er is te veel informatie beschikbaar vandaag de dag. Mensen kunnen niet focussen op alle issues die er zijn. Hierdoor zullen mensen interesse ontwikkelen voor een beperkt aantal issues. Door dit te doen, zullen deze thema's vaak persoonlijke implicaties hebben voor een persoon. Zo zal bijvoorbeeld een leerkracht meer interesse hebben voor het thema onderwijs omdat het persoonlijke implicaties heeft voor deze persoon. Door het hechten van belang aan een thema, zullen mensen behoren tot het issue publiek van dat thema.

Hoe kan een thema dan belangrijk worden voor een bepaalde persoon? Converse (1964) stelt dat hier drie mogelijke oorzaken voor zijn. Ten eerste kan een issue belangrijker worden wanneer het issue een impact heeft op het eigenbelang van een persoon. De belangrijkheid die dan wordt gehecht aan het issue komt dan voort uit eigenbelang, mensen verwachten dat dit issue een grote impact zal hebben op hun dagelijks leven. Ten tweede kan een issue belangrijker worden voor bepaalde mensen wanneer er sociale identificatie is met een referentiegroep of referentie individu. Dit kan tot stand komen op verschillende manieren. Een sterke identificatie met een bepaalde groep kan ertoe leiden dat men het issue belangrijker vindt, als de rechten van deze groep op het spel staan. Verder kan het ook zijn dat de groep waarmee iemand zich identificeert een bepaald issue belangrijk vindt en daardoor de persoon dit issue ook belangrijker zal vinden. Hetzelfde werkt natuurlijk wanneer een bepaalde persoon zich identificeert met één bepaald individu. Ten derde kan een issue belangrijker worden wanneer iemand een bepaald issue ziet als relevant voor zijn sociale en persoonlijke waarden. Deze drie oorzaken zorgen ervoor dat niet iedereen dezelfde issues belangrijk vindt. Sommige mensen vinden onderwijs enorm belangrijk en andere mensen vinden dan weer mobiliteit het belangrijkste issue. Maar in tijden van grote gebeurtenissen zoals een oorlog of een economische depressie, zullen alle mensen dit thema als belangrijk zien (Krosnick, 1990).

We kunnen dit ook bekijken via een politieke bril. Verschillende onderzoeken hebben uitgewezen dat issues die mensen belangrijker vinden een grotere impact hebben op hun stemkeuze dan issues die ze minder belangrijk vinden (Granberg & Holmberg,

1986; Krosnick, 1988; McGraw, Lodge, & Stroh, 1990). Als de keuze voor een bepaalde kandidaat voor een groot deel afhangt van of ze met deze kandidaat overeen komen over issues die ze belangrijk vinden, is het belangrijk dat ze informatie over dit issue hebben. Mensen moeten vooraleer ze hun stemkeuze dan kunnen maken, opzoeken wat de standpunten van een bepaalde kandidaat of partij zijn voor bepaalde issues. Hierdoor kunnen mensen nagaan of de standpunten van de partij of kandidaat overeenkomen met die van hun. We kunnen dus verwachten dat mensen vaker informatie zullen opzoeken over issues die ze belangrijker vinden. Met andere woorden mensen van een bepaald issue publiek zullen vooral gemotiveerd zijn om informatie over 'hun' issue op te zoeken (Iyengar, Hahn, Krosnick, & Walker, 2008).

## 5 Hypothesen en methode

### 5.1 Hypothesen

Zoals reeds vermeld in de inleiding wil ik gaan kijken wat de belangrijkste factoren zijn voor mensen bij het maken van hun nieuwsselectie. Ik heb hiervoor vier factoren geselecteerd die ik zal testen. Een eerste factor die ik heb gekozen is de affiniteit die iemand heeft met een bepaalde partij. Ik heb in de literatuurstudie het concept van partisan selective exposure behandeld. Mensen lezen dus liever nieuws van hun eigen partij en nieuwsberichten die over hun eigen partij gaan. Mijn eerste hypothese gaat hierover.

*H<sub>1</sub>: Mensen zullen vaker krantenkoppen selecteren waar een partij in voorkomt die ze sympathieker vinden.*

De tweede factor die ik heb gekozen is personalisering. Met personalisering bedoel ik nieuws dat gaat over een persoon. Eén van de nieuwswaarden die zowel Galtung en Ruge en Harcup en O'Neill optekenden, was nieuws over belangrijke personen. Ik test dus ook voor dit fenomeen. Mijn tweede hypothese luidt dan:

*H<sub>2</sub>: Mensen zullen vaker krantenkoppen selecteren met een persoon dan krantenkoppen met een partij.*

De derde factor die ik heb opgenomen in mijn onderzoek conflict versus consensus. Harcup en O'Neill onderscheidden in hun onderzoek 'bad news' als nieuwswaarde. Hiermee bedoelde zij nieuws zoals conflict en oorlog. Harcup en O'Neill verwachtten dat journalisten nieuws met conflict situaties sneller zullen selecteren omdat ze

verwachten dat hun lezers dit graag lezen. In mijn onderzoek zet ik krantenkoppen met conflict tegenover krantenkoppen met consensus. Mijn derde hypothese stelt dat:

*H<sub>3</sub>: Mensen zullen vaker krantenkoppen selecteren met conflict dan krantenkoppen met consensus.*

Tot slot heb ik issue geselecteerd als factor. In de literatuurstudie heb ik de issue public hypothesis al toegelicht. Mensen gaan om verschillende redenen bepaalde issues belangrijker vinden dan andere. Wanneer zij een issue heel belangrijk vinden, zullen zij tot het issue publiek horen van dat thema. Als mensen een issue belangrijk vinden, zullen zij dit ook interessanter vinden en meer informatie over opzoeken. Mijn laatste hypothese luidt dan ook als volgt:

*H<sub>4</sub>: Mensen zullen vaker krantenkoppen selecteren met een issue dat ze belangrijk vinden dan krantenkoppen met een issue dat ze minder belangrijk vinden.*

## 5.2 Methodologie

Het onderzoek is een combinatie van een quasi experimenteel design en een cross-sectioneel design. Het onderzoek is ook deels een cross-sectioneel design omdat ik gebruik heb gemaakt van surveys. Ik heb enkel digitale enquêtes gebruikt die via mail werden verstuurd. Het onderzoek is deels een quasi experimenteel design omdat er in de eerste plaats een stimulus is waar de respondenten aan werden blootgesteld. De respondenten werden allemaal blootgesteld aan drie sets van vijf krantenkoppen waaruit ze de twee krantenkoppen moesten selecteren waarvan ze het volledige artikel het liefst zouden lezen. Verder werden de respondenten ook willekeurig toegewezen aan één van vier groepen. De reden dat er in dit onderzoek gewerkt werd met vier groepen was om alle condities te kunnen testen. Ik had als factoren conflict, personalisatie, partij voorkeur en issue. Om elke combinatie te testen had ik 2 x 2 x 5 x 3 aantal krantenkoppen nodig. Dit kwam in totaal uit op 60 krantenkoppen. Omdat het voor de respondenten zwaar werk is om een selectie te maken uit verschillende krantenkoppen, was het niet wenselijk om elke respondent twaalf batches van vijf krantenkoppen te geven. Om toch alle krantenkoppen te kunnen testen heb ik dan vier groepen aangemaakt waarbij elke respondent drie keer vijf krantenkoppen te zien kreeg. In totaal kreeg elke respondent dus vijftien krantenkoppen te zien. Vier maal vijftien is 60 dus op deze manier werd elke mogelijke combinatie van factoren getest in het onderzoek. Hier bovenop kreeg elke respondent ook één krantenkop van de 60

te zien en werd hun gevraagd om aan te geven hoe waarschijnlijk ze het zouden achtten dat ze het volledige artikel zouden lezen mochten ze ermee geconfronteerd worden in de krant. Het onderzoek was deels een quasi experimenteel design en geen volledig experimenteel design omdat er geen controlegroep aanwezig was in het onderzoek. In mijn onderzoek was dit ook niet van toepassing.

#### 5.2.1 Operationalisering

De survey bestond uit vijf delen. Het eerste deel peilde naar het mediagebruik van de respondenten en bevatte vier vragen. Er waren als eerste drie vragen die nagingen via welk medium mensen het nieuws volgden. De eerste van de drie peilde naar de frequentie dat mensen een krant lazen, de tweede naar de frequentie dat mensen online nieuws lazen en de derde hoe frequent mensen nieuws lazen via een nieuwsapp. De vierde vraag vroeg concreet welke krant mensen het vaakst lazen. Hierbij waren er acht antwoordmogelijkheden. Deze waren de zeven belangrijkste Vlaamse kranten (Het Nieuwsblad, Het Laatste Nieuws, De Morgen, De Standaard, Gazet Van Antwerpen, Het Belang Van Limburg en De Tijd) en een antwoordoptie andere. De volgorde van de antwoordmogelijkheden werd steeds gerandomiseerd zodat deze volgorde geen effect zou hebben op het antwoord van de respondenten.

Het tweede deel van de enquête was een feeling thermometer over de verschillende Vlaamse politieke partijen. In deze vraag werd nagegaan hoe sympathiek mensen een bepaalde partij vonden. Dit kon gaan van 0 'heel onsympathiek' tot en met 10 'heel sympathiek'. De partijen die werden opgenomen waren de zeven belangrijkste politieke partijen in Vlaanderen: Vlaams Belang, N-VA, Open VLD, CD&V, sp.a, Groen en PVDA. De volgorde van de partijen was ook volledig random. Elke respondent zag de partijen in een andere volgorde.

Het derde deel van de survey was een vraag naar de issue importance van enkele thema's. Hierbij werden acht beleidsthema's opgenomen als antwoordmogelijkheden. Mensen konden op een schaal van 0 tot 10 aangeven hoe belangrijk ze een bepaald issue vonden, waarbij 0 stond voor 'helemaal niet belangrijk' en 10 voor 'heel belangrijk'. De acht beleidsthema's waren: Onderwijs, gezondheidszorg en welzijn, arbeid en economie, milieu en energie, media en cultuur, immigratie en integratie, mobiliteit en openbaar vervoer en buitenlands beleid. De verschillende beleidsthema's

werden ook in een willekeurige volgorde aan de respondenten gepresenteerd zodat dit geen effect kon hebben op het antwoord dat ze gaven.

Het vierde deel van de survey was de krantenkoppen. Het deel bestond uit vier vragen. De eerste vraag gaf willekeurig één van de 60 krantenkoppen en mensen moesten op een schaal van 10 aangeven hoe waarschijnlijk ze het zouden achten dat ze het volledige artikel ervan zouden lezen mochten ze de krantenkop tegen komen bij het lezen van de krant. Waarbij 0 'heel onwaarschijnlijk' was en 10 'heel waarschijnlijk'. De tweede, derde en vierde vraag waren de vragen waarbij de mensen een selectie moesten maken tussen vijf krantenkoppen. Mensen moesten twee krantenkoppen selecteren om een situatie van schaarste te creëren.

Het vijfde en laatste deel van de enquêtes vroeg naar de socio-demografische gegevens van de participanten. Er waren hier slechts drie vragen. Eén vraag naar het geboortjaar van de respondenten, één vraag naar het geslacht en één vraag naar het opleidingsniveau van de respondenten waarbij er zeven antwoordmogelijkheden waren: geen onderwijs, lager onderwijs, lager secundair, hoger secundair, hogeschool, universiteit en andere.

Voor een voorbeeld van de enquête zie 9.4

### 5.2.2 Stimulus

De stimulus die nieuwsselectie testte, waren verschillende krantenkoppen. Alle mogelijke combinaties van factoren heb ik getest in dit onderzoek. Ik heb in totaal drie issues opgenomen in het onderzoek. Ik heb migratie, onderwijs en milieu gekozen als thema. Ik heb specifiek deze drie issues gekozen om ervoor te zorgen dat de verdeling van issue ownership ongeveer gelijk verdeeld was. Migratie is typisch een thema dat ge-owned wordt door rechtse partijen, milieu is typisch een thema dat ge-owned wordt door linkse partijen. Onderwijs is dan weer een thema dat niet echt geclaimed is door een bepaalde partij en kon daarom als 'neutraal' thema dienen, ook is volgens de eurobarometer onderwijs niet echt een belangrijk thema voor Vlamingen waardoor dit nog meer kon dienen als neutraal thema (T. N. S. Opinion Social, 2016). Dus door het selecteren van drie issues is er een goede balans tussen issues van linkse en rechtse partijen.

Ik heb bij de factor affiniteit voor een bepaalde partij, vijf partijen opgenomen in de krantenkoppen. Ik heb N-VA, Open VLD, CD&V, sp.a en Groen geselecteerd om te gebruiken. De reden dat ik Vlaams Belang en PVDA niet heb gebruikt is dubbel, enerzijds hebben deze partijen bij de vorige verkiezingen weinig tot geen zetels gehaald in het Vlaams en federaal parlement. Anderzijds zou het opnemen van zeven partijen ervoor zorgen dat het aantal krantenkoppen enorm groot was. Hierdoor zouden de respondenten extra sets van krantenkoppen krijgen en zouden ze sneller moe worden en dus slechtere resultaten opleveren. Daarom dus dat ik opteerde om twee partijen te laten vallen. De partijen konden in de krantenkop staan als de naam van de partij of als de naam van een prominente politicus van de partij.

De personalisering heb ik getest door in de krantenkoppen prominente politici te selecteren van de vijf gekozen partijen. De politici die ik heb gebruikt zijn: Bart De Wever, Alexander De Croo, Wouter Beke, John Crombez en Kristof Calvo. Ik heb dus gekozen voor allemaal blanke mannen. Hierdoor kon het geslacht of de afkomst van de politicus al geen effect hebben op de resultaten.

Tot slot heb ik consensus versus conflict in de krantenkoppen gestoken. Ik heb voor conflict telkens een selectie gemaakt tussen zes standaard woorden en uitdrukkingen die conflict betekenen. Deze woorden waren: gevecht, conflict, botsing, rel, worsteling en ruzie. Dit zijn de enige verwoordingen van conflict die ik heb gebruikt. Voor consensus heb ik ook gebruik gemaakt van een set van woorden en uitdrukkingen. Deze waren: consensus, overeenstemming, eenheid, akkoord, eensgezind en overeenkomst. De woorden werden willekeurig gebruikt en nooit meer dan één keer per set van vier krantenkoppen.

Ik heb de krantenkoppen steeds per vier gemaakt. De eerste was partij en consensus. De tweede was partij en conflict, de derde was persoon en consensus en de vierde was persoon en conflict. Op deze manier had ik vier keer dezelfde krantenkop, maar met steeds een verandering in de factoren. Dit heb ik zo voor alle krantenkoppen gedaan. Er waren in totaal 20 krantenkoppen per issue, twaalf krantenkoppen per partij, 30 krantenkoppen waarin een persoon staat en 30 krantenkoppen waarin een partij staat. En er waren 30 krantenkoppen met consensus en 30 krantenkoppen met conflict. De formule van de krantenkoppen was steeds hetzelfde, er kwam een partij of persoon die dan in consensus of conflict was met een bepaalde middenveld



organisatie over een bepaald issue. Specifiek voor migratie ging het steeds over vluchtelingen, voor onderwijs ging het steeds over geld voor onderwijs en voor milieu ging het steeds over het behoud van een bos. Op deze manier kon ik een systematiek creëren in de verschillende krantenkoppen. Voor een lijst met alle krantenkoppen zie 9.1 volledige lijst van krantenkoppen.

De indeling van de verschillende batches gebeurde op willekeurige wijze. In totaal waren er twaalf batches. Deze krantenkoppen heb ik als volgt ingedeeld. Ik liet Excel een willekeurig cijfer toewijzen aan alle krantenkoppen. Dan sorteerde ik deze krantenkoppen van laag naar hoog. Ik selecteerde de eerste vijf krantenkoppen dan als batch, tenzij er in de batch twee of meer krantenkoppen zaten van dezelfde set van vier. Als dit het geval was, selecteerde ik de zesde krantenkop in de lijst. Als ik vijf krantenkoppen had, verwijderde ik de vijf gekozen krantenkoppen en dan liet ik Excel weer willekeurig een cijfer toewijzen aan de resterende krantenkoppen en sorteerde ik deze weer van laag naar hoog en koos ik weer de vijf eerste krantenkoppen enzovoort tot er geen krantenkoppen meer over waren. Op deze manier kon ik de twaalf verschillende batches willekeurig indelen. Voor de lijst met de verdeling over de twaalf batches zie 9.2 verdeling van de krantenkoppen.

### 5.3 Respondenten en periode

De respondenten van dit onderzoek kwamen allemaal uit het internetpanel georganiseerd door de onderzoeksgroep Media, Middenveld & Politiek (M<sup>2</sup>P) van de Universiteit Antwerpen. De mensen kregen een mail toegestuurd waarin een link stond naar de enquête in qualtrix. In totaal werden 488 personen bevraagd in het onderzoek. De leeftijd van de respondenten ging van 17 tot 89. De meerderheid van de bevroegde personen waren mannen. De data werd verzameld in het tweede deel van april en het begin van mei. Voor een volledig overzicht van de socio-demografische kenmerken van de respondenten zie 9.3.

## 6 Resultaten

In dit onderdeel zal ik de resultaten van het onderzoek bespreken. Vooraleer ik de uiteindelijke resultaten zal uitleggen, ga ik kort aangeven wat voor voorbereidend werk ik heb gedaan om mijn hypothesen te testen. Daarna zal ik elke hypothese bespreken om te besluiten of ik de hypothese kon verwerpen of aanvaarden. Tot slot zal ik nagaan

of er verschillen zijn tussen de respondenten op het vlak van hun socio-demografische kenmerken.

## 6.1 Voorbereidend werk

Vooraleer ik begon met mijn analyses, moest ik eerst nog enkele stappen ondergaan om mijn analyses te kunnen starten. Als eerste heb ik de variabele opleidingsniveau gedummificeerd naar zes dummy's. De referentiecategorie was diploma hoger secundair onderwijs. In totaal moest elke respondent zes krantenkoppen kiezen. Drie keer moest de persoon twee krantenkoppen selecteren uit een groep van vijf. Om na te gaan of een persoon vaker op conflict nieuws zou klikken, vaker op de partij die hij sympathiek vindt zou klikken, vaker op een persoon dan een partij zou klikken en vaker zou klikken op thema's die hij of zij belangrijk vindt, heb ik al mijn variabelen gehercodeerd zodat ze aantoonde hoe vaak van de zes selecties ze elk kenmerk selecteerden. Als iemand '5' scoorde op de variabele 'personalisering', dan betekende dit dat deze persoon in vijf van zijn zes selecties op een persoon had geklikt. Dit heb ik gedaan voor alle vier de factoren. Om concreet te kijken of mensen vaker op een bepaalde factor klikten, heb ik deze variabelen ook nog gehercodeerd naar een dummy waarbij de score 1 aangaf dat iemand vier of meer keer de bepaalde factor geselecteerd had. Ik heb dit gedaan omdat ik wou meten of ze vaker op de factor klikten. Als ze dit bij meer dan de helft van hun keuzes deden, ging ik ervan uit dat ze de factor verkozen. Daarna heb ik voor elke van de vier variabelen de frequentietabel bekeken om na te gaan of een meerderheid van de mensen in groep 1 zat van deze variabelen.

Een tweede manier waarop ik nagegaan ben wat de impact was van de vier factoren, was door gebruik te maken van de individuele beoordelingsvraag. Deze vraag gaf één krantenkop waarop mensen op een schaal van 1 tot 10 moesten aangeven hoe waarschijnlijk het was dat ze het volledige artikel zouden lezen. Ik heb voor elke krantenkop vier variabelen aangemaakt die aangaven welke van de vier factoren in die kop zaten. Ik had een variabele conflict die 1 scoorde als er conflict in de kop zat en 0 als er consensus in de kop zat. Ik had een variabele personalisering met de score 1 als er een persoon in de krantenkop stond en 0 als dit een partij was. Vervolgens had ik nog een variabele partij affiniteit die weergaf hoe sympathiek de respondent de partij vond die in de krantenkop stond. En een variabele issue importance die aanduidde

hoe belangrijk iemand het thema vond dat in de kop stond. Door dan een meervoudige regressie uit te voeren van deze kenmerken op de waarschijnlijkheid dat ze het artikel zouden lezen, kon ik nagaan wat het effect was van deze kenmerken op de mate waarin ze het zouden lezen.

## 6.2 Hypothesen

Ik kon mijn vier hypothesen testen op basis van twee gegevens. Ik kon mijn hypothesen nagaan door gebruik te maken van de krantenkopselectie vraag. Waarbij ik kan nagaan hoe veel van hun keuzes voor een bepaalde factor waren. Een tweede manier dat ik mijn hypothesen kon testen was op basis van de waarschijnlijkheidsvraag. Ik kon nagaan of de verschillende factoren een effect hadden op de waarschijnlijkheid of iemand een artikel zou lezen. Ik zal beide 'methoden' bespreken in het volgende deel.

### 6.2.1 Hypothese 1

De eerste hypothese stelde dat mensen vaker krantenkoppen zullen selecteren waar een partij in voorkomt die ze sympathieker vinden. Zoals hierboven werd uitgelegd kon ik dit nagaan door de frequentietabel op te vragen voor de variabele 'partij affiniteit'. Deze variabele had de score 1 wanneer iemand meer dan drie keer een partij selecteerde die hij sympathiek vond bij de krantenkoppen selectie. Uit deze frequentietabel bleek echter dat slechts 14,3 procent van de respondenten meer dan drie keer een partij selecteerde die hij sympathiek vond bij de krantenkoppen keuze. Dit is dus maar een klein deel van de groep. Ik heb daarom ook hypothese 1 verworpen op basis van de frequentietabel.

*Tabel 1: Frequentietabel Partij affiniteit*

	Frequentie	Procent
0	324	66,4
1	70	14,3
Totaal	394	80,7
Missing	94	19,3
Totaal	488	100

### 6.2.2 Hypothese 2

Voor mijn tweede hypothese ging ik na of mensen vaker een krantenkop selecteerden waar een persoon in stond in plaats van een partij. Ik heb hierbij weer gebruikt gemaakt van de variabele 'personalisering' die de score 1 had wanneer iemand meer dan drie keer een krantenkop selecteerde waar een persoon in stond, en de score 0 had als iemand minder dan drie keer een persoon selecteerde. Ik heb de frequentietabel van de variabele personalisering onderzocht om te kijken of mijn hypothese kon aanvaard worden. Uit de frequentie tabel bleek dat enkel 22,7 procent van de respondenten vier of meer keer een krantenkop had geselecteerd met een persoon. Gezien de frequentietabel moest ik ook hypothese 2 verwerpen.

### 6.2.3 Hypothese 3

Tabel 2: Frequentietabel personalisering

	Frequentie	Procent
0	359	73,6
1	111	22,7
Total	470	96,3
Missing	18	3,7
Totaal	488	100,0

Mijn derde hypothese stelde dat mensen vaker krantenkoppen zouden selecteren met conflict in de kop dan krantenkoppen met consensus in de kop. Ik heb deze hypothese getest door middel van een variabele die 1 was wanneer iemand vier of meer keer een krantenkop had geselecteerd met conflict in de titel. Deze variabele had de score 0 wanneer iemand minder dan vier keer een krantenkop had geselecteerd met conflict in de titel. Ik had ook voor deze variabele de frequentietabel opgevraagd. Uit deze frequentietabel bleek dat maar 36,5 procent van de respondenten meer dan drie keer een krantenkop selecteerde met conflict. De frequentietabel toonde aan dat ik wederom mijn hypothese moest verwerpen.

Tabel 3: Frequentietabel Conflict

	Frequentie	Procent
0	283	58,0
1	178	36,5
Totaal	461	94,5
Missing	27	5,5
Totaal	488	100,0

#### 6.2.4 Hypothese 4

Mijn vierde en laatste hypothese stelde dat mensen vaker krantenkoppen gingen selecteren met een issue dat ze belangrijk vinden dan krantenkoppen met een issue dat ze minder belangrijk vinden. Om de laatste hypothese te testen heb ik wederom gebruik gemaakt van een variabele (issue importance) die 1 scoorde wanneer iemand vaker dan drie keer een krantenkop had geselecteerd met een issue in dat ze belangrijk vonden. Een persoon scoorde 0 als hij of zij minder dan vier keer een krantenkop selecteerde met een issue in dat ze belangrijk vonden. Ik heb hierbij geen onderscheid gemaakt tussen de verschillende issues. Wanneer iemand zeven of hoger scoorde op de vraag hoe belangrijk ze het issue vonden, en dan ook een krantenkop met dat issue selecteerde, werd er voor hem of haar gerekend dat ze een thema hadden gekozen dat ze belangrijk vonden. Een persoon kon dus als het ware alle drie de thema's belangrijk vinden. Ik vroeg voor deze variabele de frequentietabel op om mijn hypothese na te gaan. Uit de frequentietabel bleek dat meer dan 77 procent van de respondenten vier of meer keer een krantenkop selecteerde met een issue dat ze belangrijk vonden. Ik kan dus concluderen dat mensen vaker krantenkoppen selecteren waar een issue instaat dat ze belangrijk achten. Op basis van de frequentietabel kon ik dus mijn vierde hypothese aanvaarden.

Tabel 4: Frequentietabel Issue Importance

	Frequentie	Procent
0	83	17,0
1	379	77,7
Totaal	462	94,7
Missing	26	5,3
Totaal	488	100,0

#### 6.2.5 Meervoudige regressie

Het probleem met de bovenstaande methode is dat het een heel zwart-wit beeld geeft omdat de resultaten komen volledig voort komen uit voorbereidende analyses en descriptieve statistiek. Het is natuurlijk interessanter om verbanden te analyseren. Daarom heb ik ook gebruik gemaakt van de waarschijnlijkheidsvraag om dit ook na te gaan. Zoals beschreven in het voorbereidende deel heb ik voor elke krantenkop aangegeven welke factoren er in vervat zaten door middel van vier variabelen. Ik heb dan een meervoudige regressie uitgevoerd van deze vier factoren op de waarschijnlijkheid dat ze het artikel zouden lezen. Uit de regressie kon ik zien dat zowel partij affiniteit als issue importance een significant effect hebben op de waarschijnlijkheid dat iemand het artikel zouden lezen. Concreet zien we dat als partij sympathie stijgt met 1, de waarschijnlijkheid dat ze het artikel zouden lezen toeneemt met 0,167. Wanneer de belangrijkheid van het thema toeneemt met 1, zien we dat de waarschijnlijkheid van het lezen van het artikel zal stijgen met 0,46. We zien dus dat hoe sympathieker iemand de partij vindt die in de kop staat, hoe groter de waarschijnlijkheid is dat ze het artikel gaan lezen. En ook naarmate het thema waar de krantenkop over gaat als belangrijker wordt gezien door de persoon, zal de waarschijnlijkheid dat ze het volledige artikel lezen ook groter worden. Ik heb ook gekeken naar interactie tussen de verschillende onafhankelijke variabelen, maar deze bleken niet significant. De additiviteitsassumptie bleef dus gelden. Ik kan dus op basis van de meervoudige regressie hypothesen één en vier aanvaarden. Hypothesen twee en drie moet ik ook verwerpen op basis van de meervoudige regressie.

Tabel 5: Meervoudige regressie hypothesen

	Regressiecoëfficiënten	Significantie
Constante	1,281	,041
Conflict	,197	,447
Personalisering	-,324	,212
Partij sympathie	,167	,000
Issue Importance	,460	,000

### 6.3 Socio-demografische verschillen

Ik heb in mijn onderzoek ook getest of er een verschillen waren op basis van geslacht leeftijd en opleidingsniveau in de nieuwsselectie. Hierbij maakte ik enkel gebruik van de krantenkop selectievragen. Ik heb dit gedaan voor al mijn factoren, als eerste zal ik partij affiniteit bespreken, als tweede personalisering, als derde conflict en als laatste issue importance.

#### 6.3.1 Partij affiniteit

Als eerste ben ik nagagaan of er verschillen waren tussen geslacht, leeftijd en opleidingsniveau in het verkiezen van nieuws over een partij die ze sympathiek vonden. Om dit te testen heb ik een zowel een meervoudige regressie als een logistische regressie uitgevoerd. In de meervoudige regressie maakte ik gebruik van een afhankelijke variabele die aangaf hoe veel van de selecties van een persoon een partij was die ze sympathiek vonden. Deze variabele kon gaan van 0 (geen enkele keer een sympathieke partij gekozen) tot 6 (altijd een sympathieke partij gekozen). Uit de meervoudige regressie bleek dat geen enkele van de drie socio-demografische kenmerken een effect had op het aantal keer dat ze een krantenkop selecteerden met een partij in de titel die ze sympathiek vonden.

Tabel 7: Meervoudige regressie Partij affiniteit

	Regressiecoëfficiënten	Significantie
Constante	2,617	,000
Geen diploma	-,436	,582
Lager onderwijs	,802	,554
Lager secundair onderwijs	-,326	,347
Hogeschool	-,007	,973
Universiteit	-,139	,473
Ander diploma	,138	,841
Vrouw	-,194	,202
Leeftijd	-,003	,509

Bij de logistische regressie maakte ik gebruik van de dummy-variabele partij affiniteit als afhankelijke variabele. Deze was 1 wanneer iemand meer dan 3 keer een sympathieke partij selecteerde en 0 wanneer iemand minder dan 3 keer een sympathieke partij koos. Uit de logistische regressie bleek dat er een significant effect was van leeftijd op partij affiniteit. Naarmate respondenten een jaar ouder zijn, daalt de logit met 0,023. Anders gezegd, de odds om meer dan drie keer een sympathieke partij te selecteren, daalt met 2,3 procent naarmate een respondent een jaar ouder is. De variabelen opleidingsniveau en geslacht hadden geen significant effect. Er is dus geen verschil tussen mannen en vrouwen in of ze meer dan drie keer een sympathieke partij kiezen. En er is geen verschil of respondenten vaker dan drie keer een partij selecteerden die ze sympathiek vonden wanneer personen een verschillend opleidingsniveau hebben.



Tabel 8: Logistische regressie Partij affiniteit

	B	Significantie	Exponent
Vrouw	-,365	,235	,694
Geen diploma		,566	
Lager onderwijs	,740	1,000	2,096
Lager secundair	19,236	,999	225913435,000
Hoger secundair	20,226	,999	607923650,900
Hogeschool	19,876	,999	428597271,600
Universiteit	19,507	,999	296449753,200
Ander diploma	20,412	,999	732802043,400
Leeftijd	-,023	,014	,977
Constante	-19,965	,999	,000

#### 6.4 Personalisering

Om na te gaan of er verschillen waren tussen respondenten met andere socio-demografische kenmerken op het vlak van personalisering, heb ik ook hier zowel een meervoudige regressie als een logistische regressie uitgevoerd. Bij de meervoudige regressie maakte ik gebruik van een afhankelijke variabele die aangaf hoe vaak van de zes krantenkop selecties, iemand een persoon had gekozen in plaats van een partij. Hieruit bleek dat geen enkele socio-demografische variabele een significant effect had op het 95 procent significantieniveau. Er was echter wel een verschil tussen mensen met een diploma lager secundair en een diploma hoger secundair op het 90 procent significantieniveau. Mensen met een diploma lager secundair selecteren gemiddeld 0,442 meer artikels met een persoon in de kop dan personen met een diploma hoger secundair onderwijs. Met andere woorden mensen met die een diploma lager secundair hebben zullen vaker nieuws selecteren waar een persoon in de titel staat dan mensen met een diploma hoger secundair.

Tabel 9: Meervoudige regressie Personalisering

	Regressiecoëfficiënten	Significantie
Constante	2,979	,000
Vrouw	-,002	,981
Leeftijd	-,002	,509
Geen diploma	,132	,806
Diploma lager onderwijs	,161	,861
Diploma lager secundair	,442	,051
Hogeschool	-,039	,739
Universiteit	,059	,621
Ander diploma	,349	,406

Bij de uitvoering van de logistische regressie gebruikte ik een afhankelijke variabele die 1 was wanneer iemand vaker dan 3 keer een persoon selecteerde en 0 wanneer iemand 3 of minder keer een persoon selecteerde. Uit de logistische regressie bleek ook dat er hier geen significante verschillen waren tussen mensen van verschillende soci-demografische kenmerken. Of mensen al dan niet vaker dan 3 keer een persoon selecteren wordt niet beïnvloed door hun geslacht, leeftijd en opleidingsniveau.

Tabel 10: Logistische regressie Personalisering

	B	Significantie	Exponent
Vrouw	,040	,872	1,040
Geen diploma		,363	
Lager onderwijs	-20,503	1,000	,000
Lager secundair	,501	,701	1,650
Hoger secundair	-,524	,676	,592
Hogeschool	-,663	,593	,515
Universiteit	-,488	,694	,614
Ander diploma	,309	,840	1,362
Leeftijd	-,003	,662	,997
Constante	-,503	,698	,604

## 6.5 Conflict

Om na te gaan of er bij het selecteren van consensus verschillen waren op basis van een persoon zijn socio-demografisch profiel, heb ik ook bij hypothese drie een meervoudige regressie en een logistische regressie uitgevoerd. De meervoudige regressie gebruikte een afhankelijke variabele die aangaf hoe veel van de zes selecties een krantenkop was met conflict. Uit deze regressie bleek dat geen enkele variabele een significant effect had op het aantal keer ze een krantenkop selecteerden met conflict, met een significantieniveau van 95 procent. Als we gebruik maken van een significantieniveau van 90 procent zien we dat er een significant verschil is tussen mannen en vrouwen op hoe vaak ze een conflict kop kiezen. We zien dat vrouwen gemiddeld 0,255 minder artikels selecteren met conflict in de kop dan mannen. Met andere woorden mannen kiezen vaker conflict nieuws dan vrouwen.

Tabel 11: Meervoudige regressie Conflict

	Regressiecoëfficiënten	Significantie
Constante	3,270	,000
Vrouw	-,255	,050
Leeftijd	,000	,951
Geen diploma	-,951	,195
Diploma lager onderwijs	-,033	,979
Diploma lager secundair	-,035	,910
Hogeschool	-,030	,852
Universiteit	-,232	,155
Ander diploma	-,236	,682

Bij de logistische regressie maakte ik gebruik van een afhankelijke variabele die 1 was wanneer iemand vier of meer keer een conflict kop koos en 0 was wanneer iemand minder dan vier keer een conflict kop koos. Uit deze regressie kon ik afleiden dat er net zoals bij de meervoudige regressie een significant verschil was tussen mannen en vrouwen. De logit van een vrouw was 0,738 lager dan de logit van een man. Uitgedrukt in odds wilt dit zeggen dat de odds van vrouwen om meer dan 3 keer conflict te selecteren 52,2 procent lager was dan dezelfde odds voor mannen. De

kansverhouding bij vrouwen ligt dus lager dan bij mannen voor het al dan niet meer dan 3 keer selecteren van conflict krantenkoppen.

Tabel 12: Logistische regressie Conflict

	B	Significantie	Exponent
Vrouw	-,738	,001	,478
Geen diploma		,412	
Lager onderwijs	,792	1,000	2,207
Lager secundair	21,701	,999	2658352988,000
Hoger secundair	20,949	,999	1252755283,000
Hogeschool	21,129	,999	1500116760,000
Universiteit	20,736	,999	1012950707,000
Ander diploma	19,970	,999	470968635,800
Leeftijd	-,004	,575	,996
Constante	-20,984	,999	,000

## 6.6 Issue importance

Om na te gaan of er socio-demografische verschillen zijn op de variabele issue importance. maakte ik weer gebruik van zowel een meervoudige regressie als een logistische regressie. Bij de meervoudige regressie werd een afhankelijke variabele gebruikt die aangaf hoe vaak een persoon een krantenkop koos met een issue in de titel die ze belangrijk vonden. Deze variabele kon gaan van 0 keer tot 6 keer. Uit deze regressie bleek dat er geen significante verschillen zijn tussen mensen met verschillende socio-demografische kenmerken op het 95 procent significantieniveau. Op het 90 procent significantieniveau zien we dat er een significant verschil is tussen mannen en vrouwen. Vrouwen selecteren gemiddeld 0,238 meer artikels met een issue dat ze belangrijk vinden dan mannen. Anders gezegd, vrouwen gaan vaker een krantenartikel lezen als ze zien dat er een issue in de titel staat dat ze belangrijk vinden.

Tabel 13: Meervoudige regressie Issue importance

	Regressiecoëfficiënten	Significantie
Constante	4,704	,000
Vrouw	,283	,060
Leeftijd	,006	,180
Geen diploma	-,062	,942
Diploma lager onderwijs	,569	,694
Diploma lager secundair	-,049	,891
Hogeschool	,017	,927
Universiteit	-,102	,590
Ander diploma	,428	,517

In mijn logistische regressie maakte ik gebruik van een afhankelijke variabele die aan stond wanneer iemand meer dan drie keer een krantenkop selecteerde dat een issue bevatte dat ze belangrijk vonden. De variabele stond af wanneer iemand drie of minder keer een kop koos met een issue dat ze belangrijk vonden. Uit de regressie kon ik vaststellen dat er geen significante verschillen waren tussen respondenten met een verschillend socio-demografisch profiel op de variabele issue importance. Geslacht, leeftijd en opleidingsniveau hebben dus geen effect op of iemand al dan niet meer dan drie keer een krantenkop selecteert met een issue dat ze belangrijk vinden.

Tabel 14: Logistische regressie Issue importance

	B	Significantie	Exponent
Vrouw	,333	,255	1,395
Geen diploma		,881	
Lager onderwijs	-,434	1,000	,648
Lager secundair	-19,562	,999	,000
Hoger secundair	-19,686	,999	,000
Hogeschool	-19,509	,999	,000
Universiteit	-19,950	,999	,000
Ander diploma	-,122	1,000	,885
Leeftijd	,007	,419	1,007
Constante	20,811	,999	1091942976,000

## 7 Conclusie & Discussie

Dit onderzoek ging na welke factoren een rol speelden bij de nieuwsselectie van mensen. Ik had op basis van eerdere literatuur vier factoren geselecteerd. Er bestaat in de literatuur zoiets als partisan selective exposure. Mensen lezen liever nieuws over hun geprefereerde partij. Maar we zitten vandaag de dag ook met dalende partijtrouw waardoor iemands geprefereerde partij nooit echt vast ligt en dit dus een minder sterke voorspeller zou kunnen zijn. Daarom dat het integreren van deze factor in het onderzoek zeer interessant was. Twee andere factoren die ik tegenkwam in de literatuur waren conflict nieuws en personalisering. Mensen zouden liever conflict nieuws lezen en zouden liever nieuws hebben over een concrete persoon in plaats van een abstracte partij. Tot slot kwam ik in het bestuderen van reeds gevoerd onderzoek uit op de issue public hypothesis. Mensen lezen vaker nieuws over thema's die ze belangrijker vinden. Ik was niet enkel geïnteresseerd welke factoren nieuwsselectie beïnvloeden, maar ik wou ook nagaan of er een verschil was tussen respondenten met een ander socio-demografisch profiel. Was het bijvoorbeeld zo dat mannen hun nieuws vaker selecteerden op basis van conflict dan vrouwen? Ik ben dan aan de slag gegaan met de vier factoren en drie persoonskenmerken, namelijk geslacht, leeftijd en opleidingsniveau. Ik heb mensen blootgesteld aan verschillende keuzesituaties. De respondenten moesten verschillende keren twee krantenkoppen kiezen uit een groep van vijf. En de respondenten moesten ook voor één specifieke krantenkop aangeven hoe waarschijnlijk ze het vonden dat ze het volledige artikel zouden lezen. Op basis van deze vragen heb ik verschillende analyses gedaan om mijn onderzoeksvragen te testen.

### 7.1 Wat zijn mijn conclusies?

Uit mijn onderzoek kon ik concluderen dat wanneer iemand de partij die in de krantenkop staat, sympathieker vindt, de waarschijnlijkheid dat ze het volledige artikel willen lezen, zal toenemen. Dit resultaat vond ik enkel in mijn meervoudige regressie. Op basis van de frequentietabellen kon ik dit niet zien. Dit resultaat is daarom dubbel. Enerzijds kan ik stellen dat partisan selective exposure wel degelijk van toepassing is. Anderzijds kan ik ook stellen dat het politieke klimaat in België nog niet zo sterk gepolariseerd is. Mensen willen blootgesteld worden aan diversiteit, ze kijken dus verder dan de partijgrenzen. Een andere verklaring kan zijn dat mensen enkel negatief

nieuws willen lezen over de 'andere partij'. Verder vond ik ook dat als respondenten aangeven dat ze een thema belangrijker vinden, de waarschijnlijkheid ook groter zal zijn dat ze het hele artikel willen lezen. Dit resultaat werd bevestigd in zowel de analyse van de frequentietabellen als de meervoudige regressie. Ik heb geen effect gevonden van conflict nieuws of personalisatie in zowel de meervoudige regressie als de frequentietabellen. Het maakt dus niet uit of er een persoon of een partij in de titel van een artikel staat. Vlaanderen is en blijft dus een sterke participatie, de partijen blijven belangrijker dan individuen. En het heeft dus ook geen effect als er conflict in de titel staat in plaats van consensus. Ik heb in mijn onderzoek dus wel bewijs gevonden voor selective exposure. Als een krantenkop meer overeenkomt met een persoon zijn eigen overtuiging, dan zal hij sneller het artikel willen lezen. Verder zie ik dat de nieuwswaarden die journalisten hanteren, geen effect hebben. Dit kan komen doordat de conflictsituaties die ik hanteerde niet realistisch of sterk genoeg waren. Maar dit kan natuurlijk ook liggen aan het feit dat mijn onderzoek werd getest in Vlaanderen, waar onze media sowieso minder sensatie nieuws brengen dan bijvoorbeeld de Verenigde Staten en mensen hier dus minder mee vertrouwt zijn. Hoe dan ook journalisten selecteren gebeurtenissen omdat er conflict is of omdat er een persoon mee gemoeid is. Journalisten kiezen deze gebeurtenissen omdat zij ervan uit gaan dat hun lezers dit liever lezen. In mijn onderzoek blijkt dat dit niet zo is. Journalisten hebben dus misschien een verkeerd beeld over wat hun lezers wel of niet willen lezen.

Als we gaan kijken naar verschillen tussen mannen en vrouwen, mensen met een ander diploma en met een ander geslacht, heb ik wel enkele resultaten gevonden. Ten eerste vond ik dat leeftijd een effect had op hoe vaak mensen een partij selecteren die ze sympathiek vinden. De odds op meer dan de helft van de selecties een krantenkop selecteren met een partij in die iemand sympathiek vindt, zal dalen wanneer iemand een jaar ouder wordt. Dus oudere mensen zijn minder geneigd krantenkoppen te selecteren op basis van hun partij sympathie. Ten tweede zag ik dat mensen met een diploma lager secundair, vaker een kop selecteren met een persoon dan mensen met een diploma hoger secundair. Ten derde zag ik dat vrouwen minder vaak kiezen voor krantenkoppen met conflict dan mannen. Tot slot zag ik dat vrouwen vaker een krantenkop selecteren met een issue dat ze belangrijk vinden dan mannen. Ik heb dus een bescheiden aantal verschillen gevonden tussen mensen met een ander socio-demografisch profiel.

In mijn onderzoek heb ik enkel onderzocht of mensen al dan niet vaker een krantenkop selecteren met een partij die ze sympathiek vinden. Ik heb niet gekeken, naar wat deze boodschap doet met een persoon. Het kan zijn dat de boodschap niet overeenkomt met hun overtuiging, maar dat in de kop wel een geprefereerde partij staat. Het is dus interessant voor verder onderzoek om na te gaan wat verschillende boodschappen over de geprefereerde partij doen met mensen. Want als mensen vaker nieuws kiezen waar een partij instaat die ze sympathiek vinden, is dit minder goed nieuws voor de polarisatie in de samenleving. Door enkel nog nieuws te lezen dat overeenkomt met de eigen overtuigingen, zullen mensen hun meningen veel harder worden. Hierdoor zullen mensen minder openstaan voor stemmen die ingaan tegen die van hun. We moeten als het ware oppassen voor filterbubbels. Het is en blijft daarom belangrijk om ook berichten te lezen die niet overeenkomen met iemands eigen overtuigingen. Maar ook het toevoegen van mensen met tegengestelde visies op sociale media is een goede remedie. Op die manier zie je niet steeds dezelfde opinies verschijnen op je nieuwsfeed.

Het fenomeen dat mensen liever nieuws lezen over thema's die ze belangrijker vinden is minder problematisch. Dit heeft vooral als gevolg dat mensen meer en meer specialist worden in bepaalde thema's. Iemand zal zo bijvoorbeeld heel veel weten over onderwijs, maar veel minder over wat er gaande is rond mobiliteit. Het is vaak onmogelijk om met alle beleidsthema's mee te zijn. Het nadeel is natuurlijk dat sommige mensen niet volledig mee zijn met de ontwikkelingen in bepaalde thema's. Verder is het ook zo dat als iemand politiek geen interessant thema vindt, hij zich hier ook volledig van zal kunnen afsluiten.

Mijn onderzoek was natuurlijk niet zonder fouten. Ik had zo beter gebruik gemaakt hebben van een multi-level analyse. Door mijn data te analyseren zoals ik het heb gedaan, ben ik blijven steken op het respondentenniveau. Ik heb geen gebruik gemaakt van een multi-level analyse omdat ik hier spijtig genoeg de nodige tijd niet voor had. Er zou een complete verandering nodig zijn geweest van mijn dataset voor een multi-level analyse. Een tweede beperking is dat ik enkel gewerkt heb met krantenkoppen. Wanneer iemand scrollt tussen artikels kunnen ook bijvoorbeeld foto's iemand aanzetten om het artikel te lezen.



## 8 Dankwoord

Graag zou ik afsluiten door enkele mensen te bedanken zonder wie dit onderzoek nooit had kunnen plaatsvinden. Eerst en vooral wil ik graag mijn promotor Ruud Wouters bedanken voor de fantastische begeleiding. Zonder zijn hulp zou dit onderzoek nooit zo goed zijn als het nu is. Ten tweede wil ik ook Christophe Lesschaeve bedanken voor het mogen gebruiken van het M2P onderzoekspanel. Zonder hem had ik voor de vervelende opdracht gestaan om mensen te vinden die mijn enquête wilden invullen. Tot slot wil ik ook alle respondenten bedanken die de tijd genomen hebben om mijn enquête in te vullen. Zonder deze mensen zou ik geen data gehad hebben om te analyseren.

## 9 Appendix

### 9.1 Volledige lijst van krantenkoppen

- 1.Consensus tussen N-VA en Artsen zonder Grenzen over redding vluchtelingen
- 2.Gevecht tussen N-VA en Artsen zonder Grenzen over redding vluchtelingen
- 3.Consensus tussen Bart De Wever en Artsen zonder Grenzen over redding vluchtelingen
- 4.Gevecht tussen Bart De Wever en Artsen zonder Grenzen over redding vluchtelingen
- 5.Groen en vluchtelingenwerk Vlaanderen in conflict over opvang vluchtelingen
- 6.Groen en vluchtelingenwerk Vlaanderen akkoord over opvang vluchtelingen
- 7.Kristof Calvo en vluchtelingenwerk Vlaanderen in conflict over opvang vluchtelingen
- 8.Kristof Calvo en vluchtelingenwerk Vlaanderen akkoord over opvang vluchtelingen
- 9.Eenheid tussen CD&V en Amnesty International over toekenning hulp aan vluchtelingen
- 10.CD&V en Amnesty International botsen over toekenning hulp aan vluchtelingen
- 11.Eenheid tussen Wouter Beke en Amnesty International over toekenning hulp aan vluchtelingen
- 12.Wouter Beke en Amnesty International botsen over toekenning hulp aan vluchtelingen
- 13.Eindelijk overeenstemming tussen Open VLD en vluchtelingenwerk Vlaanderen over uitwijzing vluchteling
- 14.Rel tussen Open VLD en vluchtelingenwerk Vlaanderen over uitwijzing Syrische vluchteling
- 15.Eindelijk overeenstemming tussen Alexander De Croo en vluchtelingenwerk Vlaanderen over uitwijzing Syrische vluchteling
- 16.Rel tussen Alexander De Croo en vluchtelingenwerk Vlaanderen over uitwijzing Syrische vluchteling

17. Ruzie sp.a en rode kruis over nieuw voorstel vluchtelingen
18. sp.a en rode kruis eensgezind over nieuw voorstel vluchtelingen
19. Ruzie John Crombez en rode kruis over nieuw voorstel vluchtelingen
20. John Crombez en rode kruis eensgezind over nieuw voorstel vluchtelingen
21. Groeiende consensus tussen Open VLD en onderwijsnetten over nieuwe begroting onderwijs
22. Groeiend conflict tussen Open VLD en onderwijsnetten over nieuwe begroting onderwijs
23. Groeiende consensus tussen Alexander De Croo en onderwijsnetten over nieuwe begroting onderwijs
24. Groeiende conflict tussen Alexander De Croo en onderwijsnetten over nieuwe begroting onderwijs
25. Eensgezindheid tussen sp.a en koepel katholiek onderwijs over subsidies scholen
26. Ruzie tussen sp.a en koepel katholiek onderwijs over subsidies scholen
27. Eensgezindheid tussen John Crombez en koepel katholiek onderwijs over subsidies scholen
28. Ruzie tussen John Crombez en koepel katholiek onderwijs over subsidies scholen
29. Vlaamse scholierenkoepel akkoord met CD&V over extra budget anti-pest maatregelen
30. Rel rond extra budget anti-pest maatregelen tussen Vlaamse scholierenkoepel en CD&V
31. Vlaamse scholierenkoepel akkoord met Wouter Beke over extra budget anti-pest maatregelen
32. Rel rond extra budget anti-pest maatregelen tussen Vlaamse scholierenkoepel en Wouter Beke
33. Worsteling tussen Universiteiten en Groen over budget renovatie scholen
34. Universiteiten eens met Groen over budget renovatie scholen

- 35.Worsteling tussen Universiteiten en Kristof Calvo over budget renovatie scholen
- 36.Universiteiten eens met Kristof Calvo over budget renovatie scholen
- 37.Vlaamse universiteiten en N-VA zijn het eens over nieuw budget
- 38.Vlaamse universiteiten en N-VA botsen over nieuw budget
- 39.Vlaamse universiteiten en Bart De Wever zijn het eens over nieuw budget
- 40.Vlaamse universiteiten en Bart De Wever botsen over nieuw budget
- 41.Greenpeace en CD&V overeenkomst over behoud van Meerdalwoud
- 42.Greenpeace en CD&V hebben ruzie over behoud van Meerdalwoud
- 43.Greenpeace en Wouter Beke overeenkomst over behoud van Meerdalwoud
- 44.Greenpeace en Wouter Beke hebben ruzie over behoud van Meerdalwoud
- 45.Essers en sp.a akkoord over kappen van naaldbos
- 46.Gevecht tussen Essers en sp.a over kappen van naaldbos
- 47.Essers en John Crombez akkoord over kappen van naaldbos
- 48.Gevecht tussen Essers en John Crombez over kappen van naaldbos
- 49.Groeiende eensgezindheid tussen N-VA en Natuurpunt Vlaanderen over verkaveling Hallerbos in Halle
- 50.Groeiend conflict tussen N-VA en Natuurpunt Vlaanderen over verkaveling Hallerbos in Halle
- 51.Groeiende eensgezindheid tussen Bart De wever en Natuurpunt Vlaanderen over verkaveling Hallerbos in Halle
- 52.Groeiend conflict tussen Bart De wever en Natuurpunt Vlaanderen over verkaveling Hallerbos in Halle
- 53.Consensus Groen en Bond Beter leefmilieu over bescherming Molenbos in Zoersel
- 54.Groen en Bond Beter leefmilieu botsen over bescherming Molenbos in Zoersel
- 55.Consensus Kristof Calvo en Bond Beter leefmilieu over bescherming Molenbos in Zoersel

56.Kristof Calvo en Bond Beter leefmilieu botsen over bescherming Molenbos in Zoersel

57.Eenheid tussen Vereniging voor bos Vlaanderen en Open VLD over redding Muziekbos in Ronse

58.Rel over redding Muziekbos in Ronse tussen Vereniging voor bos Vlaanderen en Open VLD

59.Eenheid tussen Vereniging voor bos Vlaanderen en Alexander De Croo over redding Muziekbos in Ronse

60.Rel over redding Muziekbos in Ronse tussen Vereniging voor bos Vlaanderen en Alexander De Croo

## 9.2 Verdeling van de krantenkoppen

### **Batch 1.1**

13.Overeenstemming tussen Open VLD en vluchtelingenwerk Vlaanderen over uitwijzing vluchteling

42.Greenpeace en CD&V hebben ruzie over behoud van Meerdalwoud

54.Groen en Bond Beter leefmilieu botsen over bescherming Molenbos in Zoersel

2.Gevecht tussen N-VA en Artsen zonder Grenzen over redding vluchtelingen

20.John Crombez en rode kruis eensgezind over nieuw voorstel vluchtelingen

### **Batch 1.2**

26.Ruzie tussen sp.a en koepel katholiek onderwijs over subsidies scholen

30.Rel rond extra budget anti-pest maatregelen tussen Vlaamse scholierenkoepel en CD&V

6.Groen en vluchtelingenwerk Vlaanderen akkoord over opvang vluchtelingen

43.Greenpeace en Wouter Beke overeenkomst over behoud van Meerdalwoud

39.Vlaamse universiteiten en Bart De Wever zijn het eens over nieuw budget

### **Batch 1.3**

31.Vlaamse scholierenkoepel akkoord met Wouter Beke over extra budget anti-pest maatregelen

52.Groeiend conflict tussen Bart De wever en Natuurpunt Vlaanderen over verkaveling Hallerbos in Halle

59.Overeenstemming tussen Vereniging voor bos Vlaanderen en Alexander De Croo over redding Muziekbos in Ronse

17.Ruzie sp.a en rode kruis over nieuw voorstel vluchtelingen

16.Rel tussen Alexander De Croo en vluchtelingenwerk Vlaanderen over uitwijzing Syrische vluchteling

### **Batch 2.1**

23.Groeiende consensus tussen Alexander De Croo en onderwijsnetten over nieuwe begroting onderwijs

50.Groeiend conflict tussen N-VA en Natuurpunt Vlaanderen over verkaveling Hallerbos in Halle

27.Eensgezindheid tussen John Crombez en koepel katholiek onderwijs over subsidies scholen

58.Rel over redding Muziekbos in Ronse tussen Vereniging voor bos Vlaanderen en Open VLD

47.Essers en John Crombez akkoord over kappen van naaldbos

### **Batch 2.2**

10.CD&V en Amnesty International botsen over toekenning hulp aan vluchtelingen

32.Rel rond extra budget anti-pest maatregelen tussen Vlaamse scholierenkoepel en Wouter Beke

37.Vlaamse universiteiten en N-VA zijn het eens over nieuw budget

41.Greenpeace en CD&V overeenkomst over behoud van Meerdalwoud

18.sp.a en rode kruis eensgezind over nieuw voorstel vluchtelingen

### **Batch 2.3**

29.Vlaamse scholierenkoepel akkoord met CD&V over extra budget anti-pest maatregelen

36.Universiteiten eens met Kristof Calvo over budget renovatie scholen

9. CD&V en Amnesty International eensgezind over toekenning hulp aan vluchtelingen

4.Gevecht tussen Bart De Wever en Artsen zonder Grenzen over redding vluchtelingen

46.Gevecht tussen Essers en sp.a over kappen van naaldbos

### **Batch 3.1**

24.Groeiende conflict tussen Alexander De Croo en onderwijsnetten over nieuwe begroting onderwijs

14.Rel tussen Open VLD en vluchtelingenwerk Vlaanderen over uitwijzing Syrische vluchteling

53.Consensus Groen en Bond Beter leefmilieu over bescherming Molenbos in Zoersel

38.Vlaamse universiteiten en N-VA botsen over nieuw budget

8.Kristof Calvo en vluchtelingenwerk Vlaanderen akkoord over opvang vluchtelingen

### **Batch 3.2**

11.Wouter Beke en Amnesty International eensgezind over toekenning hulp aan vluchtelingen

33.Worsteling tussen Universiteiten en Groen over budget renovatie scholen

1.Consensus tussen N-VA en Artsen zonder Grenzen over redding vluchtelingen

34.Universiteiten eens met Groen over budget renovatie scholen

28.Ruzie tussen John Crombez en koepel katholiek onderwijs over subsidies scholen

### **Batch 3.3**

40.Vlaamse universiteiten en Bart De Wever botsen over nieuw budget

15.Overeenstemming tussen Alexander De Croo en vluchtelingenwerk Vlaanderen over uitwijzing Syrische vluchteling

22.Groeiend conflict tussen Open VLD en onderwijsnetten over nieuwe begroting onderwijs

60.Rel over redding Muziekbos in Ronse tussen Vereniging voor bos Vlaanderen en Alexander De Croo

56.Kristof Calvo en Bond Beter leefmilieu botsen over bescherming Molenbos in Zoersel

#### **Batch 4.1**

12.Wouter Beke en Amnesty International botsen over toekenning hulp aan vluchtelingen

44.Greenpeace en Wouter Beke hebben ruzie over behoud van Meerdalwoud

48.Gevecht tussen Essers en John Crombez over kappen van naaldbos

25.Eensgezindheid tussen sp.a en koepel katholiek onderwijs over subsidies scholen

57.Overeenstemming tussen Vereniging voor bos Vlaanderen en Open VLD over redding Muziekbos in Ronse

#### **Batch 4.2**

5.Groen en vluchtelingenwerk Vlaanderen in conflict over opvang vluchtelingen

51.Groeiende eensgezindheid tussen Bart De wever en Natuurpunt Vlaanderen over verkaveling Hallerbos in Halle

21.Groeiende consensus tussen Open VLD en onderwijsnetten over nieuwe begroting onderwijs

45.Essers en sp.a akkoord over kappen van naaldbos

55.Consensus Kristof Calvo en Bond Beter leefmilieu over bescherming Molenbos in Zoersel

#### **Batch 4.3**

7.Kristof Calvo en vluchtelingenwerk Vlaanderen in conflict over opvang vluchtelingen

19.Ruzie John Crombez en rode kruis over nieuw voorstel vluchtelingen



3.Consensus tussen Bart De Wever en Artsen zonder Grenzen over redding vluchtelingen

49.Groeiende eensgezindheid tussen N-VA en Natuurpunt Vlaanderen over verkaveling Hallerbos in Halle

35.Worsteling tussen Universiteiten en Kristof Calvo over budget renovatie scholen

### 9.3 Socio-demografische kenmerken respondenten

	Frequentie	Procent
Man	331	67,8
Vrouw	135	27,7
Totaal	466	95,5
Missing	22	4,5
Totaal	488	100,0

	Frequentie	Procent
Geen diploma	3	,6
Lager onderwijs	2	,4
Lager secundair	20	4,1
Hoger secundair	91	18,6
Hogeschool	174	35,7
Universiteit	171	35,0
Andere	5	1,0
Totaal	466	95,5
Missing	22	4,5
Totaal	488	100,0

	N	Minimum	Maximum	Gemiddelde	Standaardafwijking
Leeftijd	465	17	89	54,22	14,44

#### 9.4 Voorbeeld van enquête

Bedankt voor uw deelname aan ons onderzoek. Druk op volgende om de enquête te starten

Q1.2 Allereerst zijn wij geïnteresseerd in uw mediagebruik.

Q1.3 Hoe vaak leest u de krant?

- Nooit (1)
- Een paar keer per maand (2)
- Een paar keer per week (3)
- Dagelijks (4)

Q1.4 Hoe vaak leest u nieuws online?

- Nooit (1)
- Een paar keer per maand (2)
- Een paar keer per week (3)
- Dagelijks (4)

Q1.5 Hoe vaak leest u nieuws via een nieuwsapp?

- Nooit (1)
- Een paar keer per maand (2)
- Een paar keer per week (3)
- Dagelijks (4)

Q1.6 Welke krant leest u het vaakst?

- Het Laatste Nieuws (1)
- De Morgen (2)
- De Standaard (3)
- Het Nieuwsblad (4)
- Gazet Van Antwerpen (5)
- Het Belang Van Limburg (6)
- De Tijd (7)
- Andere (8)µ

Q2.1 Er zijn veel politieke partijen in ons land. We zouden graag van u weten hoe sympathiek u deze partijen vindt. U kunt iedere partij hiervoor punten geven tussen de 0 en de 10, waarbij 0 “helemaal niet sympathiek” is, en 10 “heel sympathiek”. Hoe sympathieker u een partij vindt, hoe meer punten u die partij geeft.

Groen (1)

sp.a (2)

CD&V (3)

Open VLD (4)

N-VA (5)

Vlaams BelangPVDA (6)

PVDA (7)

Q3.1 Hieronder sommen we een aantal beleidsthema's op. Kan u aangeven hoe belangrijk u deze thema's vindt?

Onderwijs (1)

Welzijn en gezondheidszorg (2)

Arbeid en economie (3)

Milieu en energie (4)

Media en cultuur (5)

Immigratie en integratie (6)

Mobiliteit en openbaar vervoer (7)

Buitenlands beleid (8)

Q4.1 Hieronder ziet u een krantenkop. Kan u op onderstaande schaal aangeven hoe waarschijnlijk het is dat u het bijhorende artikel zou beginnen lezen, mocht u met deze kop geconfronteerd worden?

Consensus tussen N-VA en Artsen zonder Grenzen over redding vluchtelingen (1)

Gevecht tussen N-VA en Artsen zonder Grenzen over redding vluchtelingen (2)

Consensus tussen Bart De Wever en Artsen zonder Grenzen over redding vluchtelingen (3)

Gevecht tussen Bart De Wever en Artsen zonder Grenzen over redding vluchtelingen (4)

Groen en vluchtelingenwerk Vlaanderen in conflict over opvang vluchtelingen (5)

Groen en vluchtelingenwerk Vlaanderen akkoord over opvang vluchtelingen (6)

Kristof Calvo en vluchtelingenwerk Vlaanderen in conflict over opvang vluchtelingen (7)

Kristof Calvo en vluchtelingenwerk Vlaanderen akkoord over opvang vluchtelingen (8)

Eenheid tussen CD&V en Amnesty International over toekenning hulp aan vluchtelingen (9)

CD&V en Amnesty International botsen over toekenning hulp aan vluchtelingen (10)

Eenheid tussen Wouter Beke en Amnesty International over toekenning hulp aan vluchtelingen (11)

Wouter Beke en Amnesty International botsen over toekenning hulp aan vluchtelingen (12)

Eindelijk overeenstemming tussen Open VLD en vluchtelingenwerk Vlaanderen over uitwijzing vluchteling (13)

Rel tussen Open VLD en vluchtelingenwerk Vlaanderen over uitwijzing Syrische vluchteling (14)

Eindelijk overeenstemming tussen Alexander De Croo en vluchtelingenwerk Vlaanderen over uitwijzing Syrische vluchteling (15)

Rel tussen Alexander De Croo en vluchtelingenwerk Vlaanderen over uitwijzing Syrische vluchteling (16)

Ruzie sp.a en rode kruis over nieuw voorstel vluchtelingen (17)

sp.a en rode kruis eensgezind over nieuw voorstel vluchtelingen (18)

Ruzie John Crombez en rode kruis over nieuw voorstel vluchtelingen (19)

John Crombez en rode kruis eensgezind over nieuw voorstel vluchtelingen (20)

Groeiende consensus tussen Open VLD en onderwijsnetten over nieuwe begroting onderwijs (21)

Groeiend conflict tussen Open VLD en onderwijsnetten over nieuwe begroting onderwijs (22)

Groeiende consensus tussen Alexander De Croo en onderwijsnetten over nieuwe begroting onderwijs (23)

Groeiende conflict tussen Alexander De Croo en onderwijsnetten over nieuwe begroting onderwijs (24)

Eensgezindheid tussen sp.a en koepel katholiek onderwijs over subsidies scholen (25)

Ruzie tussen sp.a en koepel katholiek onderwijs over subsidies scholen (26)

Eensgezindheid tussen John Crombez en koepel katholiek onderwijs over subsidies scholen (27)

Ruzie tussen John Crombez en koepel katholiek onderwijs over subsidies scholen (28)

Vlaamse scholierenkoepel akkoord met CD&V over extra budget anti-pest maatregelen (29)

Rel rond extra budget anti-pest maatregelen tussen Vlaamse scholierenkoepel en CD&V (30)

Vlaamse scholierenkoepel akkoord met Wouter Beke over extra budget anti-pest maatregelen (31)

Rel rond extra budget anti-pest maatregelen tussen Vlaamse scholierenkoepel en Wouter Beke (32)

Worsteling tussen Universiteiten en Groen over budget renovatie scholen (33)

Universiteiten eens met Groen over budget renovatie scholen (34)

Worsteling tussen Universiteiten en Kristof Calvo over budget renovatie scholen (35)

Universiteiten eens met Kristof Calvo over budget renovatie scholen (36)

Vlaamse universiteiten en N-VA zijn het eens over nieuw budget (37)

Vlaamse universiteiten en N-VA botsen over nieuw budget (38)

Vlaamse universiteiten en Bart De Wever zijn het eens over nieuw budget (39)

Vlaamse universiteiten en Bart De Wever botsen over nieuw budget (40)

Greenpeace en CD&V overeenkomst over behoud van Meerdalwoud (41)

Greenpeace en CD&V hebben ruzie over behoud van Meerdalwoud (42)

Greenpeace en Wouter Beke overeenkomst over behoud van Meerdalwoud (43)

Greenpeace en Wouter Beke hebben ruzie over behoud van Meerdalwoud (44)

Essers en sp.a akkoord over kappen van naaldbos (45)

Gevecht tussen Essers en sp.a over kappen van naaldbos (46)

Essers en John Crombez akkoord over kappen van naaldbos (47)

Gevecht tussen Essers en John Crombez over kappen van naaldbos (48)

Groeiende eensgezindheid tussen N-VA en Natuurpunt Vlaanderen over verkaveling Hallerbos in Halle (49)

Groeiend conflict tussen N-VA en Natuurpunt Vlaanderen over verkaveling Hallerbos in Halle (50)

Groeiende eensgezindheid tussen Bart De wever en Natuurpunt Vlaanderen over verkaveling Hallerbos in Halle (51)

Groeiend conflict tussen Bart De wever en Natuurpunt Vlaanderen over verkaveling Hallerbos in Halle (52)

Consensus Groen en Bond Beter leefmilieu over bescherming Molenbos in Zoersel (53)

Groen en Bond Beter leefmilieu botsen over bescherming Molenbos in Zoersel (54)

Consensus Kristof Calvo en Bond Beter leefmilieu over bescherming Molenbos in Zoersel (55)

Kristof Calvo en Bond Beter leefmilieu botsen over bescherming Molenbos in Zoersel (56)

Eenheid tussen Vereniging voor bos Vlaanderen en Open VLD over redding Muziekbos in Ronse (57)

Rel over redding Muziekbos in Ronse tussen Vereniging voor bos Vlaanderen en Open VLD (58)

Eenheid tussen Vereniging voor bos Vlaanderen en Alexander De Croo over redding Muziekbos in Ronse (59)

Rel over redding Muziekbos in Ronse tussen Vereniging voor bos Vlaanderen en Alexander De Croo (60)

Q5.1 U zal zo meteen vijf verschillende krantenkoppen te zien krijgen. Gelieve de twee koppen te selecteren waarvan u het volledige artikel het liefst zou beginnen lezen.

Overeenstemming Open VLD en vluchtelingenwerk Vlaanderen over uitwijzing vluchteling

Greenpeace en CD&V ruzie over behoud Meerdalwoud

Groen en Bond Beter leefmilieu botsen over bescherming Molenbos in Zoersel

Gevecht N-VA en Artsen zonder Grenzen over redding vluchtelingen

John Crombez en rode kruis eensgezind over nieuw voorstel vluchtelingen



Q5.2 U zal zo meteen vijf verschillende krantenkoppen te zien krijgen. Gelieve de twee koppen te selecteren waarvan u het volledige artikel het liefst zou beginnen lezen.

Ruzie sp.a en koepel katholiek onderwijs over subsidies scholen

Rel rond extra budget anti-pest maatregelen tussen Vlaamse scholierenkoepel en CD&V

Groen en vluchtelingenwerk Vlaanderen akkoord over opvang vluchtelingen

Greenpeace en Wouter Beke overeenkomst over behoud Meerdalwoud

Vlaamse universiteiten en Bart De Wever eens over nieuw budget

Q5.3 U zal zo meteen vijf verschillende krantenkoppen te zien krijgen. Gelieve de twee koppen te selecteren waarvan u het volledige artikel het liefst zou beginnen lezen

Akkoord Vlaamse scholierenkoepel en Wouter Beke over extra budget anti-pest maatregelen

Groeiend conflict tussen Bart De wever en Natuurpunt Vlaanderen over verkaveling Hallerbos in Halle

Overeenstemming Vereniging voor bos Vlaanderen en Alexander De Croo over redding Muziekbos in Ronse

Ruzie sp.a en rode kruis over nieuw voorstel vluchtelingen

Rel Alexander De Croo en vluchtelingenwerk Vlaanderen over uitwijzing Syrische vluchteling

Q6.1 U zal zo meteen vijf verschillende krantenkoppen te zien krijgen. Gelieve de twee koppen te selecteren waarvan u het volledige artikel het liefst zou beginnen lezen

Groeiende consensus Alexander De Croo en onderwijsnetten over nieuwe begroting onderwijs

Groeiend conflict N-VA en Natuurpunt Vlaanderen over verkaveling Hallerbos in Halle

Eensgezindheid John Crombez en koepel katholiek onderwijs over subsidies scholen

Rel over redding Muziekbos in Ronse Vereniging voor bos Vlaanderen en Open VLD

Essers en John Crombez akkoord over kappen naaldbos

Q6.2 U zal zo meteen vijf verschillende krantenkoppen te zien krijgen. Gelieve de twee koppen te selecteren waarvan u het volledige artikel het liefst zou beginnen lezen

CD&V en Amnesty International botsen over toekenning hulp aan vluchtelingen

Rel rond extra budget anti-pest maatregelen Vlaamse scholierenkoepel en Wouter Beke

Vlaamse universiteiten en N-VA eens over nieuw budget

Greenpeace en CD&V overeenkomst over behoud van Meerdalwoud

Sp.a en rode kruis eensgezind over nieuw voorstel vluchtelingen

Q6.3 U zal zo meteen vijf verschillende krantenkoppen te zien krijgen. Gelieve de twee koppen te selecteren waarvan u het volledige artikel het liefst zou beginnen lezen

Vlaamse scholierenkoepel akkoord met CD&V over extra budget anti-pest maatregelen

Universiteiten eens met Kristof Calvo over budget renovatie scholen

CD&V en Amnesty International eensgezind over toekenning hulp aan vluchtelingen

Gevecht Bart De Wever en Artsen zonder Grenzen over redding vluchtelingen

Gevecht Essers en sp.a over kappen naaldbos

Q7.1 U zal zo meteen vijf verschillende krantenkoppen te zien krijgen. Gelieve de twee koppen te selecteren waarvan u het volledige artikel het liefst zou beginnen lezen

Groeiende conflict Alexander De Croo en onderwijsnetten over nieuwe begroting onderwijs

Rel Open VLD en vluchtelingenwerk Vlaanderen over uitwijzing Syrische vluchteling

Consensus Groen en Bond Beter leefmilieu over bescherming Molenbos in Zoersel

Vlaamse universiteiten en N-VA botsen over nieuw budget

Kristof Calvo en vluchtelingenwerk Vlaanderen akkoord over opvang vluchtelingen

Q7.2 U zal zo meteen vijf verschillende krantenkoppen te zien krijgen. Gelieve de twee koppen te selecteren waarvan u het volledige artikel het liefst zou beginnen lezen

Wouter Beke en Amnesty International eensgezind over toekenning hulp aan vluchtelingen

Worsteling Universiteiten en Groen over budget renovatie scholen

Consensus N-VA en Artsen zonder Grenzen over redding vluchtelingen

Wouter Beke en Amnesty International botsen over toekenning hulp aan vluchtelingen

Ruzie John Crombez en koepel katholiek onderwijs over subsidies scholen

Q7.3 U zal zo meteen vijf verschillende krantenkoppen te zien krijgen. Gelieve de twee koppen te selecteren waarvan u het volledige artikel het liefst zou beginnen lezen

**Vlaamse universiteiten en Bart De Wever botsen over nieuw budget**

**Overeenstemming Alexander De Croo en vluchtelingenwerk Vlaanderen over uitwijzing Syrische vluchteling**

**Groeiend conflict Open VLD en onderwijsnetten over nieuwe begroting onderwijs**

**Rel over redding Muziekbos in Ronse tussen Vereniging voor bos Vlaanderen en Alexander De Croo**

**Kristof Calvo en Bond Beter leefmilieu botsen over bescherming Molenbos in Zoersel**



Q8.1 U zal zo meteen vijf verschillende krantenkoppen te zien krijgen. Gelieve de twee koppen te selecteren waarvan u het volledige artikel het liefst zou beginnen lezen

Universiteiten eens met Groen over budget renovatie scholen

Greenpeace en Wouter Beke ruzie over behoud van Meerdalwoud

Gevecht Essers en John Crombez over kappen naaldbos

Eensgezindheid sp.a en koepel katholiek onderwijs over subsidies scholen

Overeenstemming Vereniging voor bos Vlaanderen en Open VLD over redding Muziekbos in Ronse

Q8.2 U zal zo meteen vijf verschillende krantenkoppen te zien krijgen. Gelieve de twee koppen te selecteren waarvan u het volledige artikel het liefst zou beginnen lezen

Groen en vluchtelingenwerk Vlaanderen in conflict over opvang vluchtelingen

Groeiende eensgezindheid Bart De wever en Natuurpunt Vlaanderen over verkaveling Hallerbos in Halle

Groeiende consensus Open VLD en onderwijsnetten over nieuwe begroting onderwijs

Essers en sp.a akkoord over kappen naaldbos

Consensus Kristof Calvo en Bond Beter leefmilieu over bescherming Molenbos in Zoersel

Q8.3 U zal zo meteen vijf verschillende krantenkoppen te zien krijgen. Gelieve de twee koppen te selecteren waarvan u het volledige artikel het liefst zou beginnen lezen

**Kristof Calvo en vluchtelingenwerk Vlaanderen in conflict over opvang vluchtelingen**

**Ruzie John Crombez en rode kruis over nieuw voorstel vluchtelingen**

**Consensus Bart De Wever en Artsen zonder Grenzen over redding vluchtelingen**

**Groeiende eensgezindheid N-VA en Natuurpunt Vlaanderen over verkaveling Hallerbos in Halle**

**Worsteling Universiteiten en Kristof Calvo over budget renovatie scholen**

Q9.1 Wat is uw geslacht?

- Man (0)
- Vrouw (1)

Q9.2 Wat is uw geboortejaar?

Q9.3 Wat is uw hoogst behaalde diploma of het diploma waar u momenteel voor aan het studeren bent?

- Geen onderwijs (1)
- Lager onderwijs (2)
- Lager secundair onderwijs (3)
- Hoger secundair onderwijs (4)
- Hogeschool (5)
- Universiteit (6)
- Andere (7)

Bij deze willen wij u nogmaals bedanken voor uw deelname. Uw medewerking betekent een zeer grote meerwaarde voor het onderzoek. Het doel van het onderzoek was om te testen welke factoren bepalen welk krantenartikel personen lezen. De factoren die in dit onderzoek zaten, waren hoe belangrijk iemand een bepaald issue vindt, hoe sympathiek iemand een bepaalde partij vindt, of er al dan niet een persoon in de titel staat en het verschil tussen conflict en consensus nieuws. U zal later op de hoogte gehouden worden van de resultaten.

## 10 Bibliografie

- Abramowitz, A. I., & Saunders, K. L. (2006). Exploring the bases of partisanship in the American electorate: Social identity vs. ideology. *Political Research Quarterly*, 59(2), 175-187.
- Bennett, W. L., & Iyengar, S. (2008). A New Era of Minimal Effects? The Changing Foundations of Political Communication. *Journal of Communication*, 58(4), 707-731. doi:10.1111/j.1460-2466.2008.00410.x
- Converse, P. E. (1964). The nature of belief systems in mass publics. *Ideology and Discontent*, edited by Apter David, 206-261.
- Festinger, L. (1957). *A theory of cognitive dissonance*. Stanford: Stanford University Press.
- Fischer, P., Jonas, E., Frey, D., & Schulz-Hardt, S. (2005). Selective exposure to information: The impact of information limits. *European Journal of Social Psychology*, 35(4), 469-492. doi:10.1002/ejsp.264
- Fiske, S. T., & Taylor, S. E. (1984). *Social cognition*. Reading: Addison-Wesley Pub. Co.
- Fiske, S. T., & Taylor, S. E. (2013). *Social Cognition: From Brains to Culture*: SAGE Publications.
- Freedman, J. L., & Sears, D. O. (1965). Selective Exposure. *Advances in Experimental Social Psychology*, 2(2), 57-97.
- Galtung, J., & Ruge, M. H. (1965). The structure of foreign news. *Journal of Peace Research*(1), 64-91.
- Granberg, D., & Holmberg, S. (1986). Preference, expectations, and voting in Sweden's referendum on nuclear power. *Social Science Quarterly*, 67(2), 379.
- Gunther, A. C., Christen, C. T., Liebhart, J. L., & Chia, S. C.-Y. (2001). Congenial public, contrary press, and biased estimates of the climate of opinion. *Public Opinion Quarterly*, 65(3), 295-320.
- Harcup, T., & O'Neill, D. (2001). What is news? Galtung and Ruge revisited. *Journalism studies*, 2(2), 261-280.
- Iyengar, Hahn, Krosnick, & Walker. (2008). Selective exposure to campaign communication: The role of anticipated agreement and issue public membership. *Journal of Politics*, 70(1), 186-200. doi:10.1017/s0022381607080139
- Iyengar, S., Hahn, K. S., Krosnick, J. A., & Walker, J. (2008). Selective Exposure to Campaign Communication: The Role of Anticipated Agreement and Issue Public Membership. *The Journal of Politics*, 70(1), 186-200. doi:doi:10.1017/S0022381607080139
- Krosnick, J. A. (1988). The role of attitude importance in social evaluation: A study of policy preferences, presidential candidate evaluations, and voting behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 55(2), 196.
- Krosnick, J. A. (1990). Government policy and citizen passion: A study of issue publics in contemporary America. *Political behavior*, 12(1), 59-92.
- Kruglanski, A. W. (2013). *Lay Epistemics and Human Knowledge: Cognitive and Motivational Bases*. New York: Springer US.
- Kunda, Z. (1990). The case for motivated reasoning. *Psychological Bulletin*, 108(3), 480-498. doi:10.1037/0033-2909.108.3.480
- Lazarfield, P. F., Berelson, B., & Gaudet, H. (1948). *The people's choice*. New York: Columbia University Press.

- Lefevere, J., & Lesschaeve, C. (2014). Het effect van lokale verkiezingscampagnes op politieke kennis. De case van de Antwerpse lokale verkiezingen. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 42(1), 71. doi:10.5553/TCW/138469302014042001006
- Lord, C. G., Ross, L., & Lepper, M. R. (1979). Biased assimilation and attitude polarization – Effects of prior theories on subsequently considered evidence. *Journal of Personality and Social Psychology*, 37(11), 2098-2109. doi:10.1037/0022-3514.37.11.2098
- Marwick, A. E., & Boyd, D. (2011). I tweet honestly, I tweet passionately: Twitter users, context collapse, and the imagined audience. *New media & society*, 13(1), 114-133.
- McGraw, K. M., Lodge, M., & Stroh, P. (1990). On-line processing in candidate evaluation: The effects of issue order, issue importance, and sophistication. *Political behavior*, 12(1), 41-58.
- Metzger, M. J., Hartsell, E. H., & Flanagin, A. J. (2015). Cognitive Dissonance or Credibility?: A Comparison of Two Theoretical Explanations for Selective Exposure to Partisan News. *Communication Research*. doi:10.1177/0093650215613136
- Mullainathan, S., & Shleifer, A. (2008). The market for news *Economics, Law and Individual Rights* (pp. 90-122): Routledge.
- Mutz, D. C. (2006). *Hearing the Other Side: Deliberative Versus Participatory Democracy*. New York: Cambridge University Press.
- Newman, N., Fletcher, R., Levy, D., & Nielsen, R. K. (2016). *Digital news report 2016*. Retrieved from [http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital-News-Report-2016.pdf?utm\\_source=digitalnewsreport.org&utm\\_medium=referral](http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital-News-Report-2016.pdf?utm_source=digitalnewsreport.org&utm_medium=referral)
- Nguyen, T. T., Hui, P.-M., Harper, F. M., Terveen, L., & Konstan, J. A. (2014). *Exploring the filter bubble: the effect of using recommender systems on content diversity*. Paper presented at the Proceedings of the 23rd international conference on World wide web.
- Nickerson, R. S. (1998). Confirmation bias: A ubiquitous phenomenon in many guises. *Review of general psychology*, 2(2), 175.
- Nielsen, R. K., & Fletcher, R. (2016). Is social media use associated with more or less diverse news use? Retrieved from <https://rasmuskleisnielsen.net/2016/11/25/is-social-media-use-associated-with-more-or-less-diverse-news-use/>
- Pariser, E. (2011). *The Filter Bubble: What The Internet Is Hiding From You*: Penguin Books Limited.
- Prior, M. (2007). *Post-Broadcast Democracy: How Media Choice Increases Inequality in Political Involvement and Polarizes Elections*. New York: Cambridge University Press.
- Schramm, W., & Carter, R. F. (1959). Effectiveness of a political telethon. *Public Opinion Quarterly*, 121-127.
- Sears, D. O., & Freedman, J. L. (1967). Selective exposure to information - Critical review. *Public Opinion Quarterly*, 31(2), 194-213. doi:10.1086/267513
- Stroud, N. J. (2008). Media Use and Political Predispositions: Revisiting the Concept of Selective Exposure. *Political behavior*, 30(3), 341-366. doi:10.1007/s11109-007-9050-9
- Stroud, N. J. (2011). *Niche News: The Politics of News Choice*: Oxford University Press.

- T. N. S. Opinion Social. (2016). *Public Opinion in the European Union*. Retrieved from Brussels: <http://ec.europa.eu/COMMFrontOffice/PublicOpinion>
- Trilling, D. (2016). De filterbubbel doorgeprikt: het negatieve effect van gepersonaliseerde media valt mee. Retrieved from <http://stukroodvlees.nl/de-filterbubbel-doorgeprikt-het-negatieve-effect-van-gepersonaliseerde-media-valt-mee/>
- Turcotte, J., York, C., Irving, J., Scholl, R. M., & Pingree, R. J. (2015). News recommendations from social media opinion leaders: effects on media trust and information seeking. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 20(5), 520-535.
- Vallone, R. P., Ross, L., & Lepper, M. R. (1985). The hostile media phenomenon: biased perception and perceptions of media bias in coverage of the Beirut massacre. *Journal of Personality and Social Psychology*, 49(3), 577.
- Van Aelst, P. (2014). *De mediatisering van de Vlaamse politiek*. Leuven: Acco.
- Vanhaelewyn, B., & De Marez, L. (2016). *digimeter 2016*. Retrieved from <http://www.imec-int.com/assets/imec-digimeter-2016-report.pdf>