

Nieuwsvermijders

Een opkomend profiel in tijden van extreem negatief nieuws? (survey)

Joris Becq

R0307218

Masterproef aangeboden tot
het behalen van de graad

MASTER IN DE COMMUNICATIEWETENSCHAPPEN

Promotor: Prof. Dr. Rozane De Cock
Verslaggever: Lars de Wildt

Academiejaar 2016-2017

Nieuwsvermijders

Een opkomend profiel in tijden van extreem negatief nieuws? (survey)

Joris Becq

R0307218

Masterproef aangeboden tot
het behalen van de graad

MASTER IN DE COMMUNICATIEWETENSCHAPPEN

Promotor: Prof. Dr. Rozane De Cock
Verslaggever: Lars de Wildt

Academiejaar 2016-2017

Inhoudstafel

I. Abstract	1
II. Inleiding	2
III. Literatuurstudie	3
1. Wat is er al geweten over nieuwsvermijding in Vlaanderen?	3
2. Wat weten we al over nieuwsgebruik en nieuwsvermijding uit buitenlandse studies?	4
2.1 Gepersonaliseerd nieuws en de filter bubble	5
3. Wat is er al geweten over het profiel van nieuwsgebruikers en nieuwsvermijders?	6
3.1 Psychologische kenmerken van nieuwsgebruikers en nieuwsvermijders	7
3.2 Politieke interesse en burgerschap	9
4. Wat zijn mogelijke oorzaken van nieuwsvermijding?	10
5. Onderzoeksvragen en hypothesen	12
IV. Methode	15
1. Vragen	15
2. Steekproef	16

V. Resultaten	17
1. Wat is de prevalentie van nieuwsvermijding in Vlaanderen?	17
2. Wat is het profiel van nieuwsvermijders in Vlaanderen?	20
A. Profiel nieuwsvolgers	21
B. Profiel onbewuste nieuwsvermijders	25
C. Profiel bewuste nieuwsvermijders	28
3. Wat zijn de redenen van (bewuste) nieuwsvermijding?	35
4. Speelt de omgeving van bewuste nieuwsvermijders een rol?	41
VI. Conclusie en discussie	49
1. Conclusie en discussie	49
2. Suggesties voor volgend onderzoek	53
VII. Appendix	55
VIII. Bibliografie	60
IX. Dankwoord	67

I. Abstract

In dit onderzoek hebben we een antwoord gekregen op de vraag wat de prevalentie van nieuwsvermijding in Vlaanderen is, namelijk 11%. Bovenop deze 11% bewuste nieuwsvermijders komen er uit dit onderzoek nog 17% bij die het nieuws onbewust vermijden. Het profiel van een typische bewuste nieuwsvermijder is een hoger opgeleide vrouw met minder politieke interesse, die zichzelf emotioneel stabiel vindt. Een steeds grotere toename van negatief nieuws lijkt de belangrijkste reden van nieuwsvermijding te zijn. Andere redenen voor nieuwsvermijding en omstandigheden komen in dit onderzoek ook aan bod, zoals de omgeving die geen rol speelt en welke media, rubrieken en thema's nu juist worden ontweken.

Sleutelwoorden Nieuwsgebruik, nieuwsmedia, nieuwsvermijding, negativiteit van nieuws, profielen van nieuwsgebruikers

II. Inleiding

Nieuwsgebruikers heb je in verschillende vormen. Binnen het profiel van nieuwsgebruikers heb je de news junks, mensen die voortdurend op de hoogte willen zijn van de allernieuwste berichten. Een grotere groep mensen wil enkel op regelmatige tijdstippen op de hoogte gebracht worden van wat er in de wereld aan het gebeuren is. Een andere groep mensen is zeer weinig tot niet geïnteresseerd in het nieuws. Maar wat met een misschien wel opkomend type, zijnde de "nieuwsvermijders"? Op sociale media zijn er posts van mensen die "er genoeg van hebben" en zeggen te stoppen met nieuwsconsumptie of dit zoveel mogelijk vermijden.

Naar deze groep, van wat van we vanaf nu nieuwsvermijders zullen noemen, is nog maar weinig onderzoek gedaan. Deze leemte willen we invullen met dit onderzoek. Eerst schetsen we een overzicht van wat er al geweten is over nieuwsvermijding, daarna formuleren we een aantal concrete onderzoeksvragen en hypotheses.

Vervolgens verduidelijken we de gebruikte methode en gaan we onderzoeken hoe groot deze groep van mensen die het nieuws niet willen volgen is, wat hun drijfveren zijn om het nieuws niet meer te volgen en wat de kenmerken zijn van 'de nieuwsvermijder'.

III. Literatuurstudie

1. Wat is er al geweten over nieuwsgebruik en nieuwsvermijding in Vlaanderen?

Het nieuwsgebruik en nieuwsvermijding in Vlaanderen is een nog maar weinig onderzocht terrein. Een meerjarig onderzoek van het Steunpunt Vlaamse Media dat in 2015 gepubliceerd werd, toont aan dat we toch al enkele zaken over het nieuwsgebruik van Vlamingen weten. Traditionele media blijken overeind te staan in Vlaanderen: 60% van de Vlamingen zou het nieuws via televisie volgen, ongeveer hetzelfde aantal volgt het nieuws via de radio, 1/3^e van de Vlamingen leest de papieren krant, en 1/4^e volgt het nieuws online.

Het vertrouwen in journalisten ligt relatief hoog: 58% zegt dat Vlaamse journalisten goed informeren over wat in de wereld gebeurt en 43% vertrouwt Vlaamse journalisten (Walgrave & De Smedt, 2015). In het onderzoek van Walgrave en De Smedt worden ook enkele opportuniteiten aangeduid, zoals het meer hybride mediagebruik waarbij de mogelijkheden van sociale media en andere nieuwe media als aanvulling bij de traditionele media benadrukt worden. Cijfers voor Vlaanderen specifiek over nieuwsvermijding blijken echter schaars te zijn.

2. Wat weten we al over nieuwsgebruik en nieuwsvermijding uit buitenlandse studies?

Indien we het Vlaamse onderzoek willen vergelijken met wat er in een internationale context al geweten is, komen we bij cijfers omtrent het nieuwsgebruik van het (Amerikaanse) PEW Research Center uit 2016 terecht. Het gebruik van televisie voor het ontvangen van nieuws is ook hier het grootst, en het percentage ligt net als in Vlaanderen rond 60%. Opvallend is dat radio hier al achterop hinkt en na de online nieuwsbronnen komt te staan. Ook voor printmedia is dit het geval.

Een opvallende vaststelling hierbij is dat print wel lezers verliest aan online nieuwsmedia, maar dat het TV-journaal sterk blijft en amper kijkers verliest aan de online concurrentie. Iets dat in het Vlaamse onderzoek niet bevraagd wordt is de invloed van familie en vrienden bij het opvangen van nieuws. In Amerika zegt ongeveer 2/3^e van de respondenten dat deze een belangrijke nieuwsbron zijn. Het vertrouwen in nieuwsorganisaties ligt daarentegen veel lager in de Verenigde Staten dan in Vlaanderen, met slechts 20% is er hier sprake van een echte crisis.

Uit het Amerikaanse onderzoek kunnen we ook halen dat oudere mensen (65 jaar en ouder) het nieuws vaker volgen (ongeveer 75% van deze groep doet dit), terwijl bij elke jongere leeftijdsgroep (50-64, 30-49 en 18-29 jaar) de bewuste nieuwsvolgers afnemen. Deze daling zet zich door tot een dieptepunt van slechts 25% bij deze

jongste ondervraagde groep (18-29 jaar). Dit betekent dat er 75% potentiële nieuwsvermijders zijn in deze groep alleen. Hetzelfde patroon zien we bij het vertrouwen in nieuwsmedia en de beoordeling van het werk van journalisten: ouderen hebben meer vertrouwen in journalisten en vinden vaker dat journalisten hun job goed uitvoeren.

Het dalende nieuwsgebruik over de jaren heen is deels te verklaren door het feit dat de jongere leeftijdscohorten de oudere niet evenredig vervangen (PEW Research Center, 2002).

2.1 Gepersonaliseerd nieuws en de filter bubble

Nieuws wordt meer en meer digitaal ontvangen en geconsumeerd. Van de Amerikanen ontvangt 3/4^e het nieuws soms mobiel. Jongere groepen verkiezen bovendien digitaal nieuws boven traditionele media (PEW, 2016). Binnen de digitale wereld heeft een nieuwsgebruiker steeds meer de mogelijkheid om het nieuws te volgen volgens wat hij/zij wilt: het nieuws wordt als het ware op maat gemaakt en de gebruiker kan zijn eigen assortiment kiezen. Het risico hierbij is dat dit gepersonaliseerde nieuws ervoor zorgt dat mensen in een *filter bubble* terechtkomen. Op basis van voorgaande zoekopdrachten krijgen ze enkel nog nieuws aangeboden dat hen zou kunnen interesseren (op basis van achterliggende algoritmen in websites). Zo krijgen ze een zeer eenzijdig beeld van wat er in de wereld gebeurt.

Tewksbury (2005) gaat nog verder. Hij stelt dat deze notie van meer en meer gepersonaliseerd nieuws problematisch kan worden voor een samenleving aangezien er niet één grote publieke sfeer gecreëerd wordt maar meerdere kleine publieke sferen die zichzelf isoleren van de anderen. Het risico op het ontstaan van kenniskloven binnen een samenleving tussen nieuwsvolgers en nieuwsvermijders is een bezorgdheid die meerdere auteurs al delen (Schoenbach, De Waal, & Lauf, 2005; Tewksbury & Althaus, 2000; Tewksbury 2003). Al deze artikels werden overigens al geschreven voor de grote doorbraak van sociale media. Deze sociale media steunen heel erg op die achterliggende algoritmen, waardoor de hoeveelheid gepersonaliseerd nieuws nog meer toeneemt.

3. Wat is er al geweten over het profiel van nieuwsgebruikers en nieuwsvermijders?

Van Cauwenberge, Beentjes & D'Haenens (2011) zorgen in hun op Vlaamse jongeren (tot 35 jaar) gericht onderzoek reeds voor een onderverdeling in categorieën van nieuwsgebruikers en onderzoeken of er verschillende profielen zijn.

De categorie van jongeren die het nieuws nauwelijks volgen, blijkt significant groter te zijn bij 15-19 jarigen dan bij de iets oudere groepen. Ruim 77% van de mensen die het nieuws niet of nauwelijks volgen (hier *dabblers* genoemd) bevinden zich in deze leeftijdscategorie.

Degenen die het nieuws niet volgen zijn hier lager opgeleid dan andere nieuwsconsumenten: $2/3^e$ van de *news junks* (mensen die het nieuws heel veel volgen) hebben een hogere opleiding genoten, terwijl eveneens ongeveer $2/3^e$ van de *dabblers* lager opgeleid zijn. Binnen deze groepen zijn mannen vaker *news junks* dan vrouwen.

Een onderzoek uit 2013 van Schoenbach en Trilling probeert het nieuwsgebruik in Nederland in kaart te brengen. Daarbij geven ze ook aandacht aan de mensen die het nieuws vermijden.

Uit dit onderzoek blijkt dat $2/3^e$ van de mensen het nieuws in zekere mate volgen en dat de nieuwsvermijdersgroep ‘slechts’ 11% van de onderzochte populatie uitmaakt. Dit slaat op zowel de online als de offline nieuwsconsumptie. Net als wat Van Cauwenberge, Beentjes & D’Haenens (2011) doen, stellen Schoenbach en Trilling een profiel op.

Dit profiel van ‘de nieuwsvermijder’ blijkt hier een jongere, lager opgeleide persoon met weinig interesse in ‘burgerlijke plicht’ en politieke interesse te zijn.

3.1 Psychologische kenmerken van nieuwsgebruikers en nieuwsvermijders

Naast een demografisch profiel zijn er een aantal andere elementen waarnaar al onderzoek gevoerd werd bij nieuwsgebruikers en vermijders, zoals enkele psychologische aspecten. In 1997 haalt Finn extraversie en aardigheid als bepalende factoren bij

nieuwsvermijding uit zijn onderzoek naar het nieuwsgebruik van massamedia. Mensen die hoog scoren op deze kenmerken kiezen eerder voor conversatie en andere niet-gemedieerde activiteiten dan voor het gebruik van massamedia.

Hierbij moet weer opgemerkt worden dat er in die tijd nog geen sprake was van smartphones die het gebruik van massamedia vergemakkelijken. Finn maakt hierbij gebruik van een vragenlijst (de ‘*Neo personality inventory*’) met 5 persoonlijkheidskenmerken (extraversie, aardig, openheid, bewustzijn en neuroticisme) om de persoonlijkheidskenmerken en -verschillen te meten tussen groepen van mediagebruikers.

Een psychologische factor die ook een rol speelt bij vermijding in het algemeen (en dus niet louter het nieuws of nieuwsmedia) is de zogenaamde *fear of missing out* (FOMO). Dit is de angst om niet meteen mee te zijn met wat er ook speelt in de omgeving of de wereld (Abel, Buff, & Burr, 2016). Een meer nieuwsmedia-gebonden component is het *mean world syndrome* van Gerbner (1986). De idee dat alles in de wereld gevaarlijk is kan gemakkelijk verspreid worden via media-inhouden, in casu het nieuws, die focussen op negatieve inhoud/berichtgeving. Het geeft de indruk dat de wereld gevaarlijker is dan hij in werkelijkheid is.

3.2 Politieke interesse en burgerschap

Een ander onderzocht aspect van nieuwsgebruik en nieuwsvermijding is de politieke interesse en het burgerschap. Nieuwsvermijding zou leiden tot méér en niet minder publieke participatie en politieke activiteiten (Woodstock, 2014). Actieve nieuwsvolgers hebben een negatiever wereldbeeld dan nieuwsvermijders en deze negativiteit maakt hen eerder apathisch dan dat het hen aanzet tot actie.

Dit spreekt veel ander onderzoek tegen dat ervan uitgaat dat het nieuws volgen tot burgerlijke participatie aanzet (Carey, 1999; Fenton, 2010; Martin, 2008; McChesney, 2000; Mindich, 2005; Schudson, 1998).

Putnam (2000) en Shah (2001) geven in hun onderzoeken aan dat vertrouwen een sleutelrol speelt bij publieke participatie en burgerschap. Dat zou aan kunnen sluiten bij het wantrouwen dat de nieuwsvermijders bij Woodstock (2014) tonen bij het nieuws en dat hun vertrouwen in het ‘publieke goed’ schendt in plaats van verstevigt.

Zoals eerder al vermeld peilen Schoenbach en Trilling (2013) in hun onderzoek bij het vormen van een profiel van ‘de nieuwsvermijder’ ook naar politieke interesse. Zij besluiten dat nieuwsvermijders minder politieke interesse hebben dan mensen die het nieuws volgen.

4. Wat zijn mogelijke oorzaken van nieuwsvermijding?

Dat jongere leeftijdsgroepen oudere cohorten niet vervangen op het vlak van nieuwsgebruik (PEW Research Center, 2002) haalden we hierboven al even aan.

Mogelijke oorzaken voor nieuwsvermijding kunnen we vinden in de traditie van ‘uses and gratifications’-onderzoek. Hierbij worden mediagebruikers als actief gezien. Nieuwsgebruikers maken een bewuste keuze voor bepaalde media op basis van de eigen behoeften (Katz, Blumler, & Gurevitch, 1974; Katz & Liebes, 1990; Morley, 1980; Palmgreen & Rayburn, 1979; Radway, 1984; Rosengren, 1974).

Binnen de ‘uses and gratifications’-theorieën zijn er een aantal redenen die aangegeven waarom voor bepaalde media gekozen worden. Zo is er de ‘displacement hypothese’ die duidt op de beperkingen in tijd en budget die ervoor zorgen dat sommige gebruikers kiezen voor het medium dat aan hun noden kan beantwoorden en de rest aan de kant laten liggen (Dimmick, Kline, & Stafford, 2000; McCombs & Nolan, 1992). Dit kan mee de verklaring zijn voor de verandering van een voorkeur van online nieuwssites ten opzichte van de traditionele printmedia.

Tegenover deze ‘displacement hypothese’ is er de hypothese van ‘media complementary’, die stelt dat mensen traditionele media en online media aanvullend op elkaar gebruiken, zonder voor één

medium in het bijzonder te kiezen om te volgen (Althaus & Tewksbury, 2000; Robinson, Kestnbaum, Neustadl, & Alvarez, 2000; Stempel, Hargrove, & Brent, 2000). Dit sluit dan weer aan bij het meer hybride mediagebruik van Walgrave en De Smedt (2015).

Een onderzoek van Huang (2009) gaat dieper in op de ‘waarom’-vraag bij het volgen van nieuws. Uit zijn krantengericht onderzoek blijkt dat convergentie van nieuws nodig is om een jonger publiek te kunnen bereiken. De jongeren die in zijn onderzoek aan bod kwamen vinden het krantenformat gedateerd. Om meer jongeren te bereiken zouden kranten vanuit het internet moeten vertrekken in plaats van het internet als eindpunt te beschouwen. Huang (2009) vindt vijf redenen die de jonge nieuwsgebruikers aangeven voor hun dalende gebruik. Deze redenen zijn: 1) tijdsgebrek, 2) het nieuws dat te sensationeel is, 3) de krant die als format niet aanspreekt voor jongeren, 4) storende cliffhangers (zoals bij entertainment) tijdens het nieuws en 5) een negatieve invloed van ouders.

Volgens Huang’s onderzoek zouden oplossingen om jongeren het nieuws weer te laten volgen de relevantie van inhoud, de lengte van het nieuws en het soort medium kunnen zijn. Jongeren bleken ten tijde van dit onderzoek nog niet goed op de hoogte te zijn van het feit dat ze het nieuws kunnen volgen via hun smartphones.

Uit recenter onderzoek van PEW (2016) halen we dat ongeveer de helft van de (Amerikaanse) jongeren intussen nieuwsmeldingen op hun smartphone ontvangt.

5. Onderzoeksvragen en hypotheses

Op basis van dit literatuuroverzicht formuleren we een aantal onderzoeksvragen en hypotheses. De relevantie van ons onderzoek ligt in het feit dat het fenomeen nieuwsvermijding in Vlaanderen nog niet of nauwelijks onderzocht is en er nog geen ‘Vlaams’ profiel van de nieuwsvermijder opgesteld is. De psychologische processen en motieven die gegeven worden voor nieuwsvermijding kunnen tegelijkertijd aanvulling en/of bevestiging gebruiken.

Onze eerste onderzoeksvraag (OV) is daarom heel eenvoudig:

OV1: Wat is de prevalentie van nieuwsvermijders bij Vlamingen vanaf 13 jaar?

Dit is voor zover we weten het eerste onderzoek dat in Vlaanderen zo specifiek inzoomt op de groep van nieuwsvermijders. We hebben wel cijfers uit Nederland van Schoenbach en Trilling (2013) waarmee we onze resultaten kunnen vergelijken. Het profiel dat we in onze tweede onderzoeksvraag willen ontdekken kunnen we ook met hun onderzoek vergelijken aangezien zij ook een profiel van ‘de nieuwsvermijder’ opstellen:

OV2: Wat is het profiel van nieuwsvermijders (en op welke vlakken verschillen ze van nieuwsgebruikers)?

Deze kunnen we ook vergelijken met de opgestelde profielen uit het onderzoek van Van Cauwenberge, Beentjes & D’Haenens (2011).

Uit deze onderzoeken halen we ook enkele andere hypothesen (H):

H1: Jongeren zijn vaker nieuwsvermijders dan ouderen

H2: Lager opgeleiden zijn vaker nieuwsvermijders dan hoger opgeleiden

H3: Nieuwsvermijders hebben minder politieke interesse dan nieuwsvolgers

De hypothese over politieke interesse die we willen testen, halen we uit het Nederlandse onderzoek. We willen verder gaan dan enkel een demografisch profiel van de nieuwsvermijder opstellen en bekijken naast de politieke interesse ook nog één ander aspect: de psychologische (persoonlijkheds)kenmerken van nieuwsvermijders.

H4: Nieuwsvermijders zijn aardiger dan nieuwsvolgers

H5: Nieuwsvermijders zijn minder emotioneel stabiel dan nieuwsvolgers

Hierbij gaan we kijken of de zogenaamde ‘Big Five’ (Vermulst & Gerris, 2005) van de persoonlijkheidskenmerken een verschil opleveren: extraversie, aardigheid, nauwgezetheid, emotionele stabiliteit en vindingrijkheid. Deze persoonlijkheidskenmerken moeten ons hierbij helpen om te kijken of nieuwsvermijders een ander psychologisch profiel bezitten dan nieuwsvolgers en waar deze verschillen liggen.

We vermoeden bijvoorbeeld dat vermijders minder emotioneel stabiel zijn dan volgers, gebaseerd op de negativiteit in het nieuws en het voornoemde ‘*mean world syndrome*’. De hypothese over het ‘aardig’ zijn halen we eveneens uit het onderzoek van Finn (1997).

We voegen nog een sectie toe waarbij we ons enkel op de groep van nieuwsvermijders richten. Dit is in Vlaanderen zeker nog niet grondig onderzocht. Onze derde onderzoeksvraag wordt:

OV3: Welke motieven geven nieuwsvermijders om het nieuws te ontwijken?

Naast deze motieven gaan we ook na welke media vermeden worden, of er specifieke rubrieken en thema’s zijn die worden vermeden, wat nodig is om nieuwsvermijders het nieuws weer telaten volgen, ... Kortom, mediagerichte vragen bij de nieuwsvermijders.

OV4: Speelt de omgeving van nieuwsvermijders een rol bij nieuws vermijden?

Deze laatste onderzoeksvraag halen we uit de cijfers van het PEW Research Center (2016) waarbij veel Amerikanen aangeven dat hun omgeving van belang is bij het volgen/vermijden van nieuws. We willen kijken of de omgeving ook zo is voor Vlaamse nieuwsvermijders.

IV. Methode

Met de hulp van Qualtrics hebben we een online survey afgenomen. De keuze voor een online survey wordt gemaakt omdat het om explorierend onderzoek gaat en de internetpenetratie in Vlaanderen hoog ligt (rond 82%). Ruim 97% van hen heeft een breedbandverbinding. Deze cijfers halen we van “ICT in cijfers” (z.j.), een pagina van de Vlaamse overheid. Op deze manier kunnen we veel mensen bereiken en komt de representativiteit nauwelijks in gevaar.

1. Vragen

Er is een aparte versie voor bewuste nieuwsvermijders en nieuwsvolgers. De indeling in beide groepen wordt gemaakt op basis van twee vragen waarna via zelfrapportage de respondenten in de ene dan wel in de andere groep terechtkomen.

Er zijn vragen over politieke interesse, demografische gegevens en persoonlijkheidskenmerken die ons helpen om een profiel op te stellen van de respectievelijke groepen en deze te vergelijken. Nieuwsvermijders krijgen verder vragen over hun redenen van vermijding, over hun omgeving, over hoe moeilijk het is om het nieuws te vermijden, over wat ze doen indien ze toch nieuws opvangen, over wat ervoor zou kunnen zorgen dat ze het nieuws toch opnieuw zouden beginnen volgen, of er een specifieke aanleiding is waarom ze het nieuws zijn beginnen vermijden, ...

Kortom, vragen waarmee we dieper ingaan op de groep waarin we het meeste interesse hebben. Deze vragen zijn bijgevoegd in de appendix achteraan.

2. Steekproef

De survey kon worden ingevuld door iedereen vanaf dertien jaar die in Vlaanderen woont en toegang heeft tot Vlaamse media. De enquête is volledig anoniem en deelname is volledig vrijblijvend. Alvorens aan de survey te beginnen krijgen de deelnemers de melding dat ze op elk moment mogen stoppen en dat deelname volledig vrijwillig is. Tegelijkertijd wordt wel benadrukt dat het volledig invullen van de survey belangrijk is. De verspreiding verloopt via sociale media en via mail, via een link naar de survey. De enquête stond gedurende drie weken in april 2017 online.

In totaal werden er 678 vraagformulieren ingediend. Hiervan worden er 101 uit de analyse gehouden omwille van onvolledige antwoorden. Zo houden we een totaal van 577 respondenten over.

V. Resultaten

De gemiddelde leeftijd van deze 577 respondenten bedraagt 40 jaar (M= 40,05; SD= 17,10). De jongste deelnemer is 15 jaar, de oudste 88. De leeftijdsrange bedraagt dus 73 jaar. Onder de respondenten zijn 59,4% mannen (N=343), 40,4% vrouwen (N=233) en 0,2% (N=1) genderneutraal. Bij de analyses over het geslacht van de groepen, wordt deze genderneutrale respondent geweerd. Het opleidingsniveau wordt gemeten op een schaal waarbij 1 het laagste diploma is dat aangeduid kan worden (lager onderwijs) en 6 (doctoraat) het hoogste. 84,2% (N=486) van alle respondenten is hoger opgeleid, 14,8% (N=85) heeft een diploma middelbaar onderwijs en 1% (N=6) heeft als hoogst behaalde diploma dat van het basisonderwijs. Een nuance is wel dat jonge respondenten nog geen kans kregen om een hoger diploma te behalen.

1. OV1: Wat is de prevalentie van nieuwsvermijding in Vlaanderen?

Van de respondenten geeft 77,6% (N=448) aan dat ze het nieuws nog elke dag opvangen. Daartegenover staat slechts 0,2% (N=2) van de respondenten die het nieuws op geen enkele manier volgen. Op het eerste gezicht lijkt het dus mee te vallen met de nieuwsvermijding in Vlaanderen. Wanneer we hierna een indeling in groepen maken blijkt de groep van nieuwsvolgers uit 414 respondenten (71,75%) te bestaan. Er zijn dus 34 mensen die aangeven dat ze het nieuws elke dag opvangen maar het toch niet wensen te volgen.

Toch geven 55 mensen aan dat ze het nieuws bewust niet volgen. Verder zijn er 108 respondenten die hebben aangeduid dat ze het nieuws onbewust vermijden. Uit deze groep van 108 kwamen er nog zes mensen die zelf aangeven dat ze het nieuws wel degelijk proberen te vermijden, waardoor we ze als bewuste vermijders beschouwen. Dit maakt een totaal van 61 bewuste nieuwsvermijders op 577 respondenten. Hiermee komt het percentage van de respondenten die het nieuws vermijden dus op 10,57%. Dit is in lijn met het voorvermelde onderzoek in Nederland, waarbij er zo'n 11% niet-nieuwsvolgers waren (Schoenbach & Trilling, 2013).

De 102 mensen (17,68%) die zichzelf niet als nieuwsvermijder omschrijven, maar het nieuws onbewust toch niet volgen, hadden we oorspronkelijk niet voorzien. Gezien de grootte van deze groep kunnen we deze mensen niet negeren. Terwijl er eerst enkel gedacht werd aan een splitsing tussen nieuwsvermijders en nieuwsvolgers, voelen we ons genoodzaakt om een derde groep te creëren.

Deze noemen we vanaf nu de 'onbewuste nieuwsvermijders' en nemen we mee in onze analyses. Heel belangrijk is echter dat zij tijdens de survey niet in de nieuwsvermijdersgroep opgenomen werden. Ze doorliepen dezelfde vragenlijst als de nieuwsvolgers. Ze kregen dus geen vragen over nieuwsvermijding.

Tabel 1 Onderverdeling nieuwsgebruikers

Groepen	N	%
Nieuwsvolgers	414	71,75%
Onbewuste nieuwsvermijders	102	17,68%
Bewuste nieuwsvermijders	61	10,57%
Totaal	577	100%

Bij het testen van de eerste 3 hypothesen, op basis van demografische gegevens, halen we deze groep van 102 onbewuste nieuwsvermijders eruit, zodat we de bewuste nieuwsvermijders (de groep waarop we ons in eerste instantie richten), vergelijken met de nieuwsvolgers zonder dat de groep van de onbewuste vermijders de analyse verstoort. Hierbij zijn de gemiddelden voor elke groep aangepast, iets waar we rekening mee moeten houden.

H1: Jongeren zijn vaker nieuwsvermijders dan ouderen

De gemiddelde leeftijd van de 475 overgebleven respondenten bedraagt 41,84 jaar (SD= 17,29). Bewuste nieuwsvermijding (M= 0,13; SD= 0,33) blijkt significant negatief samen te hangen met leeftijd ($r = -0,12$; $p < 0,01$). Jongeren (in brede zin) lijken inderdaad vaker bewust nieuwsvermijder te zijn dan ouderen. Een independent T-test bevestigt dit: $t(89,53) = -3,06$; $p < 0,01$. We moeten de hypothese dat jongeren vaker nieuwsvermijders zijn dan ouderen niet verwerpen.

H2: Vrouwen zijn vaker nieuwsvermijders dan mannen

Ook geslacht ($M= 1,37$; $SD= 0,48$) blijkt significant positief te correleren met bewuste nieuwsvermijding ($M= 0,13$; $SD= 0,33$) ($r= 0,19$, $p< 0,001$). De kans dat een nieuwsvermijder een vrouw is, is groter dan de kans dat het een man is. (Aangezien de waarde '1' voor man staat en '2' voor vrouw.) De independent T-test ondersteunt deze bevinding: $t(473)= 4,24$; $p< 0,001$. We moeten onze hypothese dat vrouwen vaker nieuwsvermijders zijn dan mannen niet verwerpen.

H3: Lager opgeleiden zijn vaker nieuwsvermijders dan hoger opgeleiden

Het hoogst behaalde opleidingsniveau ($M= 3,85$; $SD= 1,27$) hangt zwak significant negatief samen met bewuste nieuwsvermijding ($M= 0,13$; $SD= 0,33$) ($r= -0,09$; $p< 0,05$). Bewuste nieuwsvermijders zijn vaker lager opgeleiden dan hoger opgeleiden. We voeren de independent T-test uit: $t(473)= -2,03$; $p< 0,05$. Ook hier ondersteunen de resultaten de hypothese.

2. OV2: Wat is het profiel van nieuwsvermijders in Vlaanderen?

Zoals hierboven aangegeven zijn de oorspronkelijk voorziene twee groepen er hier drie geworden. Hieronder geven we een profielschets van deze verschillende soorten nieuwsgebruikers: eerst de 414 nieuwsvolgers, dan de 102 onbewuste nieuwsvermijders en ten slotte de 61 bewuste nieuwsvermijders.

We schetsen eerst een demografisch profiel, gevolgd door de psychologische aspecten om daarna verder te gaan met de kenmerken die meer met het nieuws zelf te maken hebben en in te zoomen op de nieuwsvermijders.

A. Profiel nieuwsvolgers

Demografie:

Deze groep dient als vergelijkingspunt voor de andere groepen, waarin we echt geïnteresseerd zijn. Nieuwsvolgers zijn de grootste groep met 414 respondenten (71,8%). De gemiddelde leeftijd van nieuwsvolgers ($M= 40,48$ jaar; $SD= 17,38$) ligt iets hoger dan bij de totale steekproef ($M= 40,05$ jaar; $SD= 17,10$).

Leeftijd ($M= 40,05$; $SD= 17,10$) blijkt ook een significant positieve samenhang te hebben met het volgen van nieuws ($M= 0,72$; $SD= 0,45$): $r= 0,24$; $p < 0,001$. Ouder zijn zorgt voor een grotere kans op het volgen van het nieuws.

277 (66,9%) van de nieuwsvolgers zijn mannen, terwijl 137 (31,1%) vrouwen aangeven dat ze het nieuws volgen. Geslacht ($M= 1,41$; $SD= 0,50$) correleert sterk significant negatief met nieuwsvolgers: $r= -0,25$; $p < 0,001$. Dit betekent dus dat mannen vaker in de nieuwsvolgersgroep terecht komen dan vrouwen.

84,6% (N=350) van de nieuwsvolgers heeft op zijn minst een bachelordiploma behaald (of is aan de studies daarvoor bezig) en is dus hoger opgeleid. 14% (N=58) heeft maximaal een diploma middelbaar onderwijs als hoogst behaalde diploma. 6 personen (1,4%) vallen onder de categorie ‘andere’. Meer dan deze 6 mensen wisten niet zeker waar ze thuishoorden en hebben deze categorie aangeduid met vermelding van wat hun hoogste behaalde diploma juist is, waarna deze nog ondergebracht konden worden in een categorie.

Deze zes blijven echter onduidelijk na interpretatie of passen in geen van onze categorieën en halen we dus uit de verdere analyse. Het opleidingsniveau (M= 3,80; SD= 1,24) blijkt niet samen te hangen met nieuwsvolgen (M= 0,72; SD= 0,45): $r= 0,06$; $p> 0,05$.

Politieke interesse:

54,2% (N=224) van de nieuwsvolgers geeft aan veel interesse in politiek te hebben. Politieke interesse (M= 3,24; SD= 1,03) hangt significant positief samen met het nieuws volgen: $r= 0,51$; $p< 0,001$. Nieuwsvolgers lijken alleszins een grote politieke interesse te hebben.

75,8% (N=314) van de nieuwsvolgers geeft aan dat ze ‘een goed begrip hebben van de belangrijke politieke onderwerpen van ons land’ (M= 2,47; SD= 1,06). Deze variabele hangt significant negatief samen met het nieuws volgen : $r= -0,47$; $p< 0,001$.

Dit is een aanvulling op de voorgaande variabele: een lagere waarde betekende een grotere mate van 'akkoord zijn' met deze stelling. Wie van zichzelf vindt dat hij/zij een 'goed begrip heeft van de belangrijke onderwerpen', geeft ook aan meer nieuws te volgen.

Psychologische kenmerken:

Er zijn enkele 'emoties die het nieuws kan oproepen' die een samenhang lijken te vertonen met het nieuws volgen ($M= 0,72$; $SD= 0,45$). 'Het nieuws maakt me blij' ($M= 3,37$; $SD= 0,95$) ($r= -0,12$; $p< 0,01$) en 'Het nieuws maakt me vreugdevol' ($M= 3,47$; $SD= 0,96$) ($r= -0,12$; $p< 0,01$) zijn beiden negatief significant met nieuws volgen. Ook hier was een lagere score goed voor 'meer akkoord'. Respondenten die blij en vreugdevol worden van het nieuws geven aan het vaker te volgen.

Deze positieve emoties zijn negatief significant correlerend, en een aantal negatieve emoties bevestigen dit beeld door positief significant samen te hangen met nieuws volgen. 'Het nieuws maakt me angstig' ($M= 3,11$; $SD= 1,11$) ($r= 0,09$; $p< 0,05$) en 'Het nieuws maakt me walgend' ($M= 3,07$; $SD= 1,15$) ($r= 0,09$; $p< 0,05$) zijn deze emoties. Respondenten die het nieuws volgen walgen minder snel van het nieuws en worden er minder snel angstig van.

Naast deze emoties is ook ‘het nieuws maakt me onverschillig’ ($M=3,36$; $SD=1,13$) ($r=0,10$; $p<0,05$) significant positief correlerend met nieuws volgen, nieuwsvolgers worden dus eveneens minder snel onverschillig van het nieuws.

‘Het nieuws maakt me woedend’ ($M=3,01$; $SD=1,08$) ($r=0,07$; $p>0,05$), ‘Het nieuws maakt me wraakzuchtig’ ($M=4,00$; $SD=1,05$) ($r=0,07$; $p>0,05$), ‘Het nieuws maakt me nerveus’ ($M=3,33$; $SD=1,09$) ($r=0,05$; $p>0,05$), ‘Het nieuws maakt me verward’ ($M=3,41$; $SD=1,08$) ($r=0,08$; $p>0,05$), en ‘Het nieuws maakt me verdrietig’ ($M=2,81$; $SD=1,06$) ($r=0,07$; $p>0,05$), blijken niet significant samen te hangen met nieuws volgen.

Wanneer we naar de ‘Big Five’ persoonlijkheidskenmerken gaan kijken blijken nieuwsvolgers ($M=0,72$; $SD=0,45$) na een factoranalyse significant samen te hangen met de variabele ‘aardig’ ($M=2,01$; $SD=0,49$): $r=0,09$; $p<0,05$. Ze correleren dan weer significant negatief met emotionele stabiliteit ($M=2,78$; $SD=0,80$): $r=-0,12$, $p<0,01$. Nieuwsvolgers omschrijven zichzelf dus als aardiger maar minder emotioneel stabiel.

Er is geen correlatie van het nieuws volgen met nauwgezetheid ($M=2,61$; $SD=0,87$) ($r=-0,01$; $p>0,05$), vindingrijkheid ($M=2,71$; $SD=0,70$) ($r=-0,04$; $p>0,05$) of extraversie ($M=2,84$; $SD=0,89$) ($r=0,03$; $p>0,05$).

Een typische nieuwsvolger

Samengevat is een typische nieuwsvolger dus een oudere man met een hoger diploma, met een grote politieke interesse, en die zichzelf omschrijft als minder emotioneel stabiel maar tegelijkertijd ook aardig.

B. Profiel onbewuste nieuwsvermijders

Demografie:

Deze respondenten geven aan het nieuws onbewust weinig te volgen maar dat ze het nieuws ook niet bewust proberen te vermijden. De ‘onbewuste nieuwsvermijders-groep’ bestaat uit 102 mensen en vormen zo 17,68% van alle respondenten. De gemiddelde leeftijd van onbewuste nieuwsvermijders ($M= 31,75$ jaar; $SD= 13,40$) ligt lager dan bij de totale steekproef ($M= 40,05$; $SD= 17,10$).

Leeftijd vertoont een significant negatieve samenhang met onbewuste nieuwsvermijding ($M= 0,18$; $SD= 0,38$) ($r= -0,23$; $p< 0,001$). Jonger zijn zorgt voor een grotere kans op onbewuste nieuwsvermijding.

59 (58,42%) van de onbewuste nieuwsvermijders zijn vrouwen, terwijl 42 (41,58%) mannen aangeven dat ze het nieuws onbewust weinig volgen. De genderneutrale persoon zit verder ook in deze groep. Geslacht ($M= 1,41$; $SD= 0,50$) correleert sterk significant positief met onbewuste nieuwsvermijders: $r= 0,17$; $p< 0,001$.

Dit betekent dus dat vrouwen vaker in de onbewuste nieuwsvermijdersgroep terecht komen dan mannen.

82,3% (N=84) van de onbewuste nieuwsvermijders heeft op zijn minst een bachelordiploma behaald (of is aan de studies daarvoor bezig) en is dus hoger opgeleid. 16,7% (N=17) heeft maximaal een diploma middelbaar onderwijs als hoogst behaalde diploma. 1 persoon (1%) valt onder de categorie ‘andere’ en gaf daar voor de rest geen duiding bij. We halen deze respondent hierdoor uit de analyse. Het opleidingsniveau (M= 3,80; SD= 1,24) blijkt niet significant samen te hangen met onbewuste nieuwsvermijding (M= 0,18; SD= 0,38): $r = -0,01$; $p > 0,05$.

Politieke interesse:

9,9% (N=10) van de onbewuste nieuwsvermijders geeft aan veel interesse in politiek te hebben. Politieke interesse (M= 3,24; SD= 1,03) hangt significant negatief samen met onbewuste nieuwsvermijding (M= 0,18; SD= 0,38): $r = -0,35$; $p < 0,001$.
Onbewuste nieuwsvermijders hebben weinig politieke interesse.

32,4% (N=33) van de onbewuste nieuwsvermijders geeft aan dat ze ‘een goed begrip hebben van de belangrijke politieke onderwerpen van ons land’ (M= 2,47; SD= 1,06), deze variabele hangt significant positief samen met onbewuste nieuwsvermijding : $r = 0,33$; $p < 0,001$.

Dit is alweer een bevestiging van het beeld van de ‘politieke interesse’-variabele. Wie aangeeft minder politieke interesse te hebben, geeft vaker aan het nieuws onbewust te vermijden.

Psychologische kenmerken:

Er is geen enkele emotie die een significante samenhang lijkt te vertonen met onbewuste nieuwsvermijding ($M= 0,18$; $SD= 0,38$). Dit betekent dat noch de positieve emoties ‘Het nieuws maakt me blij’ ($M= 3,37$; $SD= 0,95$) ($r= -0,00$; $p> 0,05$) en ‘Het nieuws maakt me vreugdevol’ ($M= 3,47$; $SD= 0,96$) ($r= -0,00$; $p> 0,05$) noch de negatieve emoties ‘Het nieuws maakt me angstig’ ($M= 3,11$; $SD= 1,11$) ($r= -0,05$; $p> 0,05$), ‘Het nieuws maakt me woedend’ ($M= 3,01$; $SD= 1,08$) ($r= -0,02$; $p> 0,05$), ‘Het nieuws maakt me wraakzuchtig’ ($M= 4,00$; $SD= 1,05$) ($r= -0,03$; $p> 0,05$), ‘Het nieuws maakt me nerveus’ ($M= 3,33$; $SD= 1,09$) ($r= 0,01$; $p> 0,05$), ‘Het nieuws maakt me verward’ ($M= 3,41$; $SD= 1,08$) ($r= -0,01$; $p> 0,05$), ‘Het nieuws maakt me verdrietig’ ($M= 2,81$; $SD= 1,06$) ($r= -0,05$; $p> 0,05$) en ‘Het nieuws maakt me walgend’ ($M= 3,07$; $SD= 1,15$) ($r= -0,01$; $p> 0,05$) een correlatie hebben met onbewuste nieuwsvermijders. Hetzelfde geldt voor het neutralere ‘het nieuws maakt me onverschillig’ ($M= 3,36$; $SD= 1,13$) ($r= -0,03$; $p> 0,05$). De waarde op geen enkele van deze variabelen vertelt ons iets over onbewuste nieuwsvermijding.

Wanneer we dan naar de ‘Big Five’ persoonlijkheidskenmerken gaan kijken blijkt onbewuste nieuwsvermijding ($M= 0,18$; $SD= 0,38$) na een factoranalyse significant negatief samen te hangen met de variabele ‘aardig’ ($M= 2,01$; $SD= 0,49$): $r= -0,12$; $p<0,05$. Er is geen correlatie met emotionele stabiliteit ($M= 2,78$; $SD= 0,80$) ($r=0,02$; $p>0,05$), nauwgezetheid ($M= 2,61$; $SD= 0,87$) ($r= 0,04$; $p> 0,05$), vindingrijkheid ($M= 2,71$; $SD= 0,70$) ($r= 0,05$; $p> 0,05$) of extraversie ($M= 2,84$; $SD= 0,89$) ($r= 0,03$; $p> 0,05$). Onbewuste nieuwsvermijders beschouwen zichzelf als minder aardig.

Een typische ‘onbewuste nieuwsvermijder’

Samengevat is een typische onbewuste nieuwsvermijder is een jongere vrouw die een hogere opleiding genoten heeft en niet zoveel politieke interesse heeft en omschrijft zichzelf als minder aardig.

C. Profiel bewuste nieuwsvermijders

Deze groep is degene die de kern van ons onderzoek uitmaakt. Deze respondenten geven aan dat ze het nieuws bewust weinig proberen te volgen en zelfs te vermijden. De ‘bewuste nieuwsvermijders-groep’ omvat 61 mensen en vormt zo 10,57% van alle respondenten.

De gemiddelde leeftijd van bewuste nieuwsvermijders ($M= 36,48$ jaar; $SD= 14,19$) ligt lager dan bij de totale steekproef ($M= 40,05$; $SD= 17,10$). Leeftijd vertoont geen significante samenhang met bewuste nieuwsvermijding ($M= 0,11$; $SD= 0,31$) ($r= -0,07$; $p > 0,05$).

Binnen de groep bewuste nieuwsvermijders zijn er niet significant meer jongeren dan ouderen.

37 (60,7%) van de bewuste nieuwsvermijders zijn vrouwen, terwijl 24 (39,3%) mannen aangeven dat ze het nieuws bewust weinig volgen. Geslacht ($M= 1,41$; $SD= 0,50$) correleert sterk significant positief met bewuste nieuwsvermijders: $r= 0,14$; $p < 0,01$. Dit betekent dus dat vrouwen vaker in de bewuste nieuwsvermijdersgroep terecht komen dan mannen.

73,8% ($N=45$) van de bewuste nieuwsvermijders heeft op zijn minst een bachelordiploma behaald (of is aan de studies daarvoor bezig) en is dus hoger opgeleid. 26,2% ($N=16$) heeft maximaal een diploma middelbaar onderwijs als hoogst behaalde diploma. Het opleidingsniveau ($M= 3,80$; $SD= 1,24$) blijkt niet significant samen te hangen met bewuste nieuwsvermijding ($M= 0,18$; $SD= 0,38$): $r= -0,08$; $p > 0,05$.

Politieke interesse:

8,2% ($N=5$) van de bewuste nieuwsvermijders geeft aan veel interesse in politiek te hebben. 62,3% ($N=38$) bewuste vermijders hebben echter maximaal ‘weinig’ politieke interesse. Politieke interesse ($M= 3,24$; $SD= 1,03$) hangt significant negatief samen met bewuste nieuwsvermijding ($M=0,18$; $SD=0,38$): $r= -0,32$; $p < 0,001$. Bewuste nieuwsvermijders hebben weinig politieke interesse.

29,5% (N=18) van de bewuste nieuwsvermijders geeft aan dat ze ‘een goed begrip hebben van de belangrijke politieke onderwerpen van ons land’ (M= 2,47; SD= 1,06). Opvallend hierbij is dat deze allemaal ‘eerder akkoord’ zijn, geen enkele nieuwsvermijder duidt de meeste overtuigde optie ‘helemaal akkoord’ aan bij deze stelling. 41% (N=25) vindt dat hij/zij geen goed begrip heeft van de belangrijke politieke onderwerpen voor ons land. Deze variabele hangt significant positief samen met onbewuste nieuwsvermijding : $r= 0,27$; $p<0,001$. Dit is ook hier een bevestiging van het beeld van de ‘politieke interesse’-variabele. Wie aangeeft minder politieke interesse te hebben, geeft vaker aan het nieuws bewust te vermijden. Hier gaan we na de profielschets dieper op in.

Psychologische kenmerken:

Er zijn een aantal ‘emoties die het nieuws kan oproepen’ die een significante samenhang lijken te hebben met bewuste nieuwsvermijding (M=0,18; SD=0,38).

De positieve emoties ‘Het nieuws maakt me blij’ (M=3,37; SD=0,95)($r=0,18$; $p<0,001$) en ‘Het nieuws maakt me vreugdevol’ (M=3,47; SD=0,96) ($r=0,18$; $p<0,001$) hangen significant positief samen met bewuste nieuwsvermijding. Dit betekent dat bewuste nieuwsvermijders minder blij en vreugdevolle gevoelens krijgen van het nieuws.

De negatieve emoties ‘Het nieuws maakt me verward’ ($M = 3,41$; $SD = 1,08$) ($r = -0,11$; $p < 0,01$) en ‘Het nieuws maakt me walgend’ ($M = 3,07$; $SD = 1,15$) ($r = -0,12$; $p < 0,01$) correleren dan weer significant negatief met bewuste nieuwsvermijding. Bewuste nieuwsvermijders hebben meer verwarde en walgende gevoelens wanneer ze het nieuws toch opvangen.

De variabele ‘Het nieuws maakt me onverschillig’ ($M = 3,36$; $SD = 1,13$) ($r = -0,10$; $p < 0,05$) hangt significant negatief samen met bewuste nieuwvermijding, ook dit gevoel hebben bewuste vermijders dus vaker.

De stellingen ‘Het nieuws maakt me angstig’ ($M = 3,11$; $SD = 1,11$) ($r = -0,06$; $p > 0,05$), ‘Het nieuws maakt me woedend’ ($M = 3,01$; $SD = 1,08$) ($r = -0,07$; $p > 0,05$), ‘Het nieuws maakt me wraakzuchtig’ ($M = 4,00$; $SD = 1,05$) ($r = -0,07$; $p > 0,05$), ‘Het nieuws maakt me nerveus’ ($M = 3,33$; $SD = 1,09$) ($r = -0,07$; $p > 0,05$) en ‘Het nieuws maakt me verdrietig’ ($M = 2,81$; $SD = 1,06$) ($r = -0,04$; $p > 0,05$) hangen niet samen met bewuste nieuwsvermijding.

Bij de ‘Big Five’ blijkt bewuste nieuwsvermijding ($M = 0,11$; $SD = 0,31$) na een factoranalyse significant positief samen te hangen met de variabele ‘emotionele stabiliteit’ ($M = 2,78$; $SD = 0,80$) ($r = 0,15$; $p < 0,001$). Nieuwsvermijders beschouwen zich als emotioneel stabiel.

Er is geen correlatie met aardig ($M= 2,01$; $SD= 0,49$) ($r= 0,02$; $p> 0,05$), nauwgezetheid ($M= 2,61$; $SD= 0,87$) ($r= -0,04$; $p> 0,05$), vindingrijkheid ($M= 2,71$; $SD= 0,70$) ($r= 0,01$; $p> 0,05$) of extraversie ($M= 2,84$; $SD= 0,89$) ($r= -0,00$; $p> 0,05$).

Een typische bewuste nieuwsvermijder

Samengevat is een typische bewuste nieuwsvermijder is een hoger opgeleide vrouw met minder politieke interesse en iemand die zichzelf emotioneel stabiel vindt.

Om de volgende hypothesen te testen moeten we natuurlijk de gegevens van al onze groepen bekijken. Eerder gaven we al een algemeen beeld van de politieke interesse en de psychologische kenmerken in het profiel van elke groep, nu gaan we kijken of de verschillen tussen de drie groepen significant zijn.

H4: Nieuwsvermijders hebben minder politieke interesse dan nieuwsvolgers

Om onze hypothese te testen maken we gebruik van een one-way ANOVA omdat we er rekening mee moeten houden dat er een derde groep bijgekomen is. We zullen dus kijken of er een verschil is op het vlak van politieke interesse tussen nieuwsvolgers en beide andere groepen. Verder willen we te weten komen of er tussen de bewuste en onbewuste vermijders eveneens een verschil waar te nemen is.

Er zijn alleszins significante verschillen waar te nemen tussen de drie groepen op het vlak van politieke interesse blijkt uit de ANOVA. Er is een significant effect van politieke interesse op het nieuws volgen op het niveau voor de drie groepen: $F(2,573)= 102,59$; $p < 0,001$. Een Bonferroni Post-Hoc-test vertelt ons waar dit effect zich situeert: Hieruit blijkt dat er een significant positief effect van nieuws volgen op politieke interesse is. Nieuwsvolgers hebben dus inderdaad gemiddeld meer politieke interesse ($M= 3,57$; $SD= 0,89$) dan onbewuste ($M= 2,47$; $SD= 0,87$) en bewuste ($M= 2,30$; $SD= 0,90$) nieuwsvermijders. We mogen onze hypothese dus niet verwerpen.

De verschillen tussen bewuste en onbewuste vermijders zijn daarentegen niet-significant, daar ligt de gemiddelde politieke interesse op hetzelfde niveau.

H5: Nieuwsvermijders zijn aardiger dan nieuwsvolgers

Ook hier maken we gebruik van een One-Way ANOVA om te kijken of er een verschil is tussen de drie groepen op de variabele 'aardig'. De verschillen tussen de groepen blijken significant: $F(2,562)= 4,35$; $p < 0,05$. Uit de Bonferroni post-hoc test halen we enkel dat er een significant effect is tussen onbewuste nieuwsvermijders en nieuwsvolgers: onbewuste nieuwsvermijders zijn gemiddeld significant aardiger ($M= 1,88$; $SD= 0,39$) dan nieuwsvolgers ($M= 2,03$; $SD= 0,50$). Tussen bewuste nieuwsvermijders ($M= 2,04$; $SD= 0,57$) en nieuwsvolgers is er geen effect.

Omdat we hier tegenstrijdige bevindingen krijgen (onbewuste nieuwsvermijders zijn minder aardig dan de andere groepen, maar bij bewuste vermijders vinden we dan weer geen significante samenhang met al dan niet aardig zijn) halen we onze derde groep van onbewuste nieuwsvermijders uit onze analyse en vergelijken we via een independent T-test de bewuste vermijders en de nieuwsvolgers.

Uit deze test komt geen significante samenhang boven tussen beide groepen: $t(456) = -0,15$; $p > 0,05$. We moeten voorzichtig zijn met de interpretatie door de vorming van verschillende vermijdersgroepen en de verschillen daartussen, maar toch mogen we de hypothese dat bewuste nieuwsvermijders aardiger zijn dan nieuwsvolgers verwerpen.

H6: Nieuwsvermijders zijn minder emotioneel stabiel dan nieuwsvolgers

Deze psychologische hypothese gaan we wederom na met een One-Way ANOVA. De verschillen op 'emotionele stabiliteit' tussen de groepen blijken sterk significant: $F(2,561) = 7,36$; $p < 0,01$. De Bonferroni post-hoc test helpt ons om te kijken waar deze verschillen liggen. Bewuste nieuwsvermijders ($M = 3,13$; $SD = 0,80$) blijken significant te verschillen met zowel onbewuste nieuwsvermijders ($M = 2,80$; $SD = 0,83$) als nieuwsvolgers ($M = 2,72$; $SD = 0,78$). De significantie ligt nog iets hoger bij de nieuwsvolgers ($p < 0,001$) dan bij de onbewuste nieuwsvermijders ($p < 0,05$).

Nieuwsvermijders beweren dus net meer emotioneel stabiel dan nieuwsvolgers te zijn, in tegenstelling tot de hypothese die getest werd. We verwerpen onze hypothese.

3. OV3: Wat zijn de redenen van (bewuste) nieuwsvermijding?

Hier kunnen we helaas geen vergelijking tussen onbewuste en bewuste vermijders maken aangezien enkel de bewuste vermijders dit deel van de survey konden invullen. De volgende delen gaan dus specifiek over de 61 bewuste nieuwsvermijders.

Grafiek 1 Redenen van bewuste nieuwsvermijding (in N)



Deze redenen zijn nogal uiteenlopend, maar de negativiteit van het nieuws wordt het meest genoemd: maar liefst 63,9% (N=39) van de bewuste vermijders geeft dit als één van de redenen aan.

Verder zijn ‘het nieuws maakt me ongelukkig’ (N=26) en ‘het nieuws maakt me kwaad’ (N=20) andere redenen die aangeduid worden door onze respondenten. De opties ‘iets interessanter te doen hebben’ (N=19), geen tijd hebben (N=16), het nieuws dat verveling opwekt (N=15) en het nieuws dat teveel aandacht schenkt aan politiek (N=14) of sport (N=6) blijken eveneens een rol te spelen voor bepaalde respondenten.

Daarbovenop waren er respondenten die aangeven dat ‘het nieuws irrelevant is in hun leven’ (N=9) en waar ‘iemand anders bepaalde wat ze keken’ (N=12). Andere redenen (N=6) die aangegeven worden zijn ‘teveel geweld’, ‘teveel aandacht voor bepaalde thema’s (vluchtelingen, racisme)’, ‘oneven aandacht: waarom wordt er evenveel aandacht gegeven aan een voetbalwedstrijd dan aan een bomexplosie?’ ‘teveel sensatiezucht’, ‘het nieuws is vaak frustrerend’ en, gelinkt aan de negativiteit wordt ook ‘geeft onvoldoende aandacht aan positieve zaken in het leven’ opgegeven als reden.

Opmerkelijk is dat een aantal van de redenen die gegeven worden negatief samenhangen met het geslacht ($M= 1,61$; $SD= 0,49$) van de vermijders: mannen geven significant vaker aan dat ‘iemand anders bepaalt wat ze kijken/luisteren’ ($M= 0,2$; $SD= 0,40$) ($r= -0,53$; $p< 0,001$).

Dat het nieuws ‘niet relevant is in hun leven’ ($M= 0,15$; $SD= 0,36$) blijkt eveneens een samenhang te vertonen met het geslacht ($M= 1,61$; $SD= 0,49$) ($r= -0,42$; $p< 0,001$). Mannen vinden vaker dat het nieuws niet relevant is in hun leven dan vrouwen.

Gevraagd in een open vraag naar de redenen van nieuwsvermijding komen er een aantal redenen regelmatig terug, vaak zijn deze dezelfde als hierboven aangegeven.

Negativiteit van het nieuws

De negativiteit van het nieuws wordt hier door 25 (40,98%) van de bewuste nieuwsvermijders, rechtstreeks of onrechtstreeks, opgegeven: *“Ik weet dat het nieuws belangrijk is en ik probeer het af en toe te volgen, maar doorgaans voel ik me er erg slecht bij (...). Soms heb ik de indruk dat het me te hard raakt, dat ik me de slechte dingen te hard aantrek. (...)* (24 jaar, vrouw, hoger opgeleid: master)

Negatieve gevoelens bij het nieuws

Zoals ook al in het vorige citaat naar boven komt, gaat deze negativiteit vaak gepaard met negatieve gevoelens. 15 respondenten (24,59%) geven aan dat het nieuws hen een slecht gevoel geeft:

“Het (nieuws) overdondert mij, en maakt mij soms angstig en ongelukkig, en dat wil ik niet zijn, ik volg het maar met mate, om niet angstig of ongelukkig te zijn” (65 jaar, man, hoger opgeleid: professionele bachelor)

Dit zijn slechts enkele citaten, maar het bevestigt het gevoel dat de negativiteit in het nieuws een belangrijke rol speelt om het te beginnen vermijden: het *mean world syndrome* van Gerbner (1986) is hierbij zoals we verwacht hadden van belang – zeker omdat ook het ongelukkig en kwaad maken meetellen, net als het teveel aan geweld dat iemand aanhaalt.

Polariserend nieuws

14 van de respondenten (22,95%) vinden dat het nieuws onbetrouwbaar, polariserend of te oppervlakkig is. De kritiek dat media het nieuws te eenzijdig brengen komt ook aan bod.

“De media creëert een bepaalde agenda die de simpele leek moet volgen. De media is een spreekbuis voor bepaalde politici/organisaties en stuurt meningen en analyses in de richting die gunstig zijn voor de opdrachtgevers.” (Man, 35 jaar, professionele bachelor)

Geen interesse in het nieuws

10 respondenten (16,39%) geven aan dat ze geen interesse in het nieuws hebben. Als er iets belangrijks gebeurt komt dit sowieso wel tot bij hen: *“(...) over de relevante onderwerpen ben ik dikwijls mee. Stormen, vluchtelingen, armoede, ... allemaal zielig enzo maar er wordt toch niet over gepraat noch naar omgekeken. (...)”* (Vrouw, 22 jaar, academische bachelor)

Sensatiegericht nieuws

Een andere reden die een aantal nieuwsvermijders aangeven, is dat het nieuws te veel focust op sensatie. 6 respondenten (9,84%) geven dit op als een van de redenen om het nieuws te vermijden.

“Online nieuws dat vooral clicks wilt verzamelen en titels gebruikt die tot de verbeelding spreken, maar het uiteindelijke artikel dat weinig waarde heeft lijkt te hebben (clickbait)” (Man, 27 jaar, diploma middelbaar onderwijs)

Tijdsgebrek

Een laatste reden die 4 bewuste nieuwsvermijders (6,56%) aanhalen is dat ze een gebrek aan tijd hebben om het nieuws te volgen. Dat dit ook enigszins met interesse te maken kan hebben bewijst volgend citaat:

“Geen tijd, als ik eens tijd heb dan kijk ik niet naar het nieuws voor mijn tijd te vullen omdat ik daar geen interesse voor heb. Als er iets erg of belangrijk gebeurt dan hoor ik het wel van anderen en dan lees ik er een artikel over.” (16 jaar, vrouw, secundair onderwijs)

De gebruikte citaten zijn slechts een aantal van de meest sprekende antwoorden. De negativiteit van het nieuws, de negatieve gevoelens die het nieuws oproept, het nieuws dat onbetrouwbaar/polariserend is, geen interesse in het nieuws hebben en een gebrek aan tijd om het nieuws te volgen zijn dus de voornaamste redenen die respondenten

opgeven wanneer er gevraagd wordt naar de redenen van hun vermindering. Nu gaan we bekijken of er een specifieke gebeurtenis gezorgd heeft voor het beginnen vermijden van het nieuws.

Was er een specifieke aanleiding om het nieuws te vermijden?

42 (68,85%) bewuste nieuwsvermijders geven aan dat er geen specifieke aanleiding of gebeurtenis is die ervoor gezorgd heeft dat ze het nieuws beginnen vermijden zijn. 19 (31,15%) respondenten geven dan weer aan dat er wel iets specifiek de aanleiding is voor hun nieuwsvermindering. Van deze 19 zijn er 9 die deze aanleiding aan ons meegeven: voor 2 respondenten is '9/11' de reden om het nieuws te beginnen vermijden, hierbij aansluitend is er een respondent die de 'Arabische Lente' antwoordt, en iemand die de algemene negativiteit en nieuws over terrorisme aanduidt. 3 anderen geven de alomtegenwoordigheid van populisme/Poetin/Donald Trump in de nieuwsmedia op. De overige 2 duiden aan dat het nieuws te sensatiegericht geworden is en wijzen op de opkomst van de clickbait.

Hoe wordt het nieuws vermeden?

Nieuwsvermijders proberen op verschillende manieren zo weinig mogelijk nieuws op te vangen. 18,03% (N=11) vermijdt het nieuws door gewoonweg geen nieuwsmedium te gebruiken.

19 respondenten (31,15%) geven aan dat ze wanneer het nieuws bijna op het scherm/in de ether zal komen, ze naar een andere zender overschakelen, naar een zender waarvan ze weten dat er geen nieuws op komt. 14 personen (22,95%) zetten zelfs het toestel waar het nieuws op kan verschijnen helemaal af op deze tijdstippen. 10 mensen (16,39%) geven aan dat ze geen sociale media gebruiken en zo op die manier al geen nieuws kunnen opvangen. Offline gaat 14,75% (N=9) van de bewuste vermijders bewust zo weinig mogelijk naar plaatsen waar ze het nieuws eventueel zouden kunnen opvangen.

Deze factoren hebben vaak met nieuwsmedia-gebonden factoren te maken, we gaan nu kijken of ook andere factoren iets te maken hebben met het bewust vermijden van nieuws. Om te beginnen gaan we kijken naar een onderzoeksvraag die we uit onze literatuurstudie gehaald hebben.

4. OV4: Speelt de omgeving van bewuste vermijders een rol?

De omgeving van nieuwsvermijders lijkt geen al te grote rol te spelen bij het vermijden van nieuws: 6,8% (N=4) van de bewuste vermijders weet dat hij/zij de enige is die het nieuws niet volgt.

22 respondenten (37,2%) zeggen dat er nog enkele anderen in de omgeving het nieuws eveneens niet volgen. Ongeveer de helft van de bewuste vermijders (N=30) weet niet of hij/zij de enige is in zijn/haar nabije omgeving die het nieuws vermijden.

Slechts 3 respondenten (5,1%) geven aan dat (bijna) iedereen in de nabijheid van de vermijder het nieuws ook niet volgt.

57 respondenten geven aan in welke mate hun omgeving weet dat ze het nieuws vermijden. Hiervan zeggen er 17 (29,8%) dat niemand weet dat ze dit doen. Daar tegenover staan 15 respondenten (26,3%) die aangeven dat iedereen in hun directe omgeving weet dat ze het nieuws niet volgen. Bij de deelnemers die tussen deze uitersten zitten valt het op dat familie vaker op de hoogte is van het nieuwsvermijden dan vrienden: 16 personen (28,1%) duiden aan dat enkel dichte familie weet dat ze het nieuws vermijden, terwijl bij 9 mensen (15,8%) alleen goede vrienden hiervan weten.

Een mogelijke verklaring hiervoor is dat nieuws vaak samen thuis gevolgd wordt en familieleden dus wellicht vaker in de buurt zijn indien er een nieuwsuitzending via een medium ontvangen wordt of er tijdschriften/kranten thuis geleverd worden dan vrienden.

Mensen uit de omgeving van nieuwsvermijders houden er vaak geen rekening mee dat deze personen het nieuws niet volgen, aangezien er meestal niet heel veel mensen zijn die er überhaupt van weten.

64,4% (N=38) deelnemers geven aan dat er nooit op gelet wordt door anderen. 1 vrouwelijke respondent gaf aan dat iedereen in haar omgeving er rekening mee houdt en 4 personen duiden erop dat anderen er bijna altijd aan denken, wat de mensen waarbij er door de omgeving op gelet wordt op een totaal van 8,5% (N=5) brengt.

27,2% (N=16) wijst aan dat hun omgeving er soms of in beperkte mate (beiden N=8) aan denkt dat ze het nieuws niet proberen te volgen.

Omgekeerd is het beeld gecompliceerder: terwijl 15 respondenten (25%) zeggen dat ze er zelf nooit rekening mee houden dat anderen wél het nieuws volgen, geeft 28,3% (N=17) aan dat ze hier altijd mee bezig zijn. Nog eens 15% (N=9) denkt er bijna altijd aan en 7 respondenten (11,7%) houden er bijna geen rekening mee.

Exact 20% (N=12) van de respondenten behoren tot de neutralere categorie: ‘soms’ hechten ze er belang aan dat anderen het nieuws in tegenstelling tot henzelf wel proberen volgen.

Leeftijd heeft een significante samenhang met ‘Zijn er nog mensen in uw vriendenkring die het nieuws ook niet volgen?’ ($M=2,56$; $SD=0,75$) ($r=0,29$; $p<0,05$). Ouderen zouden dus iets meer andere nieuwsvermijders in hun omgeving hebben dan jongere vermijders. Desondanks kunnen we op basis van de overige cijfers niet stellen dat omgeving een grote rol speelt bij bewuste nieuwsvermijding. We gaan verder met het onderzoeken van welke media en thema’s vermeden worden om daarna te bekijken of nieuwsvermijders opnieuw het nieuws zouden beginnen volgen indien het nieuws anders gebracht wordt.

Welke media worden vermeden?

Tabel 2 Vermeden media

Media	N	%
Sociale media	34	55,74%
Televisie	32	52,46%
Krant	30	49,18%
Magazines	25	40,98%
Radio	19	31,15%
Alle media	1	1,64%

Er is slechts één nieuwsvermijder (1,64%) die het nieuws via geen enkel medium volgt op geen enkele dag van de week. Sociale media blijken het meest te worden vermeden: 55,74% (N=34) van de bewuste nieuwsvermijders vermijdt deze – niet onlogisch aangezien een deel van de vermijders aangeeft dat niet op sociale media zitten één van hun manieren van vermijding is. Het televisienieuws is een ander medium dat vaak wordt vermeden: 32 respondenten (52,46%) proberen deze nieuwsvorm niet te volgen. Leeftijd hangt zwak significant negatief samen met het vermijden van televisienieuws ($r=-0,28$; $p<0,05$) – jongere bewuste nieuwsvermijders vermijden het TV-nieuws dus iets vaker dan oudere vermijders.

30 respondenten (49,18%) wijzen aan dat ze geen krantennieuws volgen – hier speelt mogelijk een zelfde soort reden als bij de sociale media: niet iedereen is in het bezit van een krant, in dit geval door de dalende populariteit van de gedrukte vormen van printmedia.

Tijdschriften komen dan ook net hierna, met 40,98% (N=25) van de bewuste vermijders die proberen deze niet te volgen, ook online nieuwssites worden door hetzelfde aantal deelnemers gemeden. Na een one-way ANOVA-analyse blijkt er een samenhang te zijn tussen het opleidingsniveau van een vermijder en het vermijden van tijdschriften: $F(4, 56) = 2,66$; $p < 0.05$.

Vermijders met een lager opleidingsniveau vermijden dus vaker tijdschriften dan vermijders met een hogere opleidingsgraad. Radio is de mediavorm die het minst wordt vermeden door mensen die het nieuws niet willen volgen, doch 31,15% (N=19) van de bewuste vermijders probeert toch ook hier geen nieuws op te vangen.

Mogelijke redenen voor het minder vermijden van radio zouden kunnen zijn dat radio een medium is dat al eens vaker gewoon op de achtergrond opstaat (en niet bewust gevolgd wordt) en mensen vaak muziek willen luisteren en het nieuws er maar bijnemen (en alweer, relatief gemakkelijk kunnen negeren).

Welke rubrieken en thema's worden vermeden?

We willen niet enkel weten welke media vermeden worden maar ook welke thema's en rubrieken zo weinig mogelijk gevolgd worden.

Tabel 3 Vermeden rubrieken

Rubrieken	N	%
Sport	29	47,54%
Economie	26	42,62%
Buitenland	15	24,59%
Binnenland	8	13,11%
Varia	6	9,84%
Alle rubrieken	5	8,20%

5 personen (8,2%) zeggen dat ze alle rubrieken en thema's proberen te vermijden en pikken er niets specifiek uit. De meest vermeden rubriek onder de vermijders is sport (N=29; 47,54%). Economie wordt hierna het meest vermeden: 42,62% (N=26) probeert dit te doen. De 'buitenland'-rubriek wordt vaker niet gevolgd, door 24,59% (N=15) van de vermijders dan het binnenlands nieuws dat door 13,11% (N=8) van de respondenten vermeden wordt.

De verklaring hiervoor zou de grotere relevantie en impact van binnenlands nieuws op het leven van de deelnemers kunnen zijn. Dat deze relevantie een rol speelt voor bewuste nieuwsvermijders blijkt al uit de redenen om het nieuws te vermijden, die gegeven worden. De varia-rubriek (waaronder we cultuur, wetenschappelijk/technologisch nieuws, faits divers verstaan) heeft het minste kans om vermeden te worden: 9,84% (N=6) probeert deze rubriek niet te volgen. Ook voor deze rubrieken gingen we na of er een correlatie is met geslacht (M=1,61; SD=0,49), enkel bij binnenlands nieuws (M=0,13; SD=0,34) bleek er een significante negatieve samenhang te zijn ($r=-0,28$; $p<0,05$).

Mannen hebben dus een grotere kans om binnenlands nieuws te vermijden dan vrouwen. Leeftijd en opleidingsniveau vertoonden op geen enkele rubriek een samenhang.

Tabel 4 Vermeden thema's

Thema's	N	%
Economische crisis	29	47,54%
Terreur	27	44,26%
Politiek (algemeen)	25	40,98%
Europa	17	27,87%

Wanneer we kijken naar thema's die vermeden worden, zien we een soortgelijk patroon: de economische crisis wordt het meest vermeden (N=29; 47,54%). De nieuwsberichten over terreur en aanslagen worden door 27 respondenten niet gevolgd (44,26%). Politiek nieuws in al zijn vormen wordt ontweken door 40,98% (N=25) van alle bewuste nieuwsvermijders. Europa is een thema dat minder vermeden wordt, toch laten 17 respondenten (27,87%) dit nieuws aan zich voorbijgaan.

Nu we bekeken hebben welke delen van het nieuws vermeden worden, gaan we uitzoeken of er manieren zijn om bewuste nieuwsvermijders het nieuws opnieuw meer te laten volgen en zo ja, welke factoren daarbij kunnen helpen .

Wat kan er gedaan worden om bewuste nieuwsvermijders het nieuws opnieuw te laten volgen?

Slechts 4,92% (N=3) van de nieuwsvermijders beweert dat hij/zij het nieuws 'sowieso niet meer zal volgen'. 45,9% (N=28) van de bewuste vermijders geven aan dat ze akkoord zijn met de stelling dat het nieuws niet volgen moeilijk is. 22 respondenten (36,07%) duiden dan weer aan dat ze het niet eens zijn met deze stelling. Daarnaast vinden 37 mensen (60,66%) dat de opkomst en het belang van sociale media het vermijdingsproces bemoeilijkt hebben omdat hier de opties om het nieuws onrechtstreeks op te vangen groter zijn dan via andere mediakanalen (vrienden, reclame, ...). Ongeveer 25% (N=15) van de respondenten vindt dat dit niet het geval is. Dit zijn allemaal signalen dat veel bewuste nieuwsvermijders het nieuws opnieuw zouden kunnen volgen.

Liefst 75,4% van de nieuwsvermijders (N=46) zou het nieuws eventueel terug beginnen volgen indien het minder sensatiegericht zou zijn. Dat nieuwsvermijders meer diepgang en minder oppervlakkig nieuws willen ontvangen blijkt hier nog eens.

Het overaanbod aan negatieve berichtgeving komt ook bij deze vraag alweer terug: ongeveer de helft van de bewuste nieuwsvermijders (N=31) zou het nieuws een nieuwe kans geven indien het minder negatief zou zijn, en 28 respondenten geven aan dat een grotere hoeveelheid positief nieuws hen dichter bij het nieuws zou kunnen brengen.

Andere zaken die vermijders kunnen lokken zijn een grotere variatie in nieuwstopics en relevanter nieuws (beiden goed voor 31,15% met N=19).

Ook bij deze vragen naar wat er moet veranderen aan het nieuws wordt een open vraag toegevoegd, 12 bewuste vermijders (19,67%) gaan hier op in: 5 personen geven aan dat het nieuws minder subjectief en meer waarheidsgetrouw moet zijn, 3 bewuste vermijders geven nog eens aan dat ze meer positieve zaken willen in het nieuws, 2 willen meer diepgang en nuance in de berichtgeving, één persoon wilt minder ‘uitmelking/herhaling van het nieuws’ en een leukere presentatiestijl zou dan weer een andere bewuste nieuwsvermijder het nieuws (opnieuw) kunnen laten volgen.

VI. Conclusie en discussie

1. Conclusie en discussie

In ons onderzoek hebben we een antwoord gekregen op de vraag wat de prevalentie van nieuwsvermijding in Vlaanderen is, namelijk 11%. Dit komt ongeveer op hetzelfde aantal neer dat Schoenbach en Trilling (2013) in Nederland vonden. Bovenop deze 11% bewuste nieuwsvermijders komen er uit ons onderzoek echter nog 17% van de respondenten bij die het nieuws onbewust vermijden. Dit brengt het totaal op 28% van de mensen die het nieuws in grote mate niet volgt.

Demografische aspecten spelen een rol bij het bewust vermijden van nieuws. Zo zijn bewuste nieuwsvermijders vaker jongeren dan ouderen, zijn vrouwen vaker bewuste nieuwsvermijders dan mannen en zijn er meer lager opgeleiden die het nieuws bewust niet volgen dan hoger opgeleiden. Dit enkel in vergelijking met nieuwsvolgers, niet met onbewuste nieuwsvermijders, een derde groep die tijdens het uitvoeren van het onderzoek is ontstaan.

We stelden een profiel op van zowel de nieuwsvolgers, de onbewuste nieuwsvermijders als de bewuste nieuwsvermijders. In dit profiel zaten de demografische gegevens vevat, samen met de politieke interesse en met psychologische kenmerken. Samengevat is een typische nieuwsvolger een oudere man met een hoger diploma, met een grote politieke interesse en iemand die zichzelf omschrijft als minder emotioneel stabiel maar tegelijkertijd ook aardig. Een typische onbewuste nieuwsvermijder is een jongere vrouw die een hogere opleiding genoten heeft en niet zoveel politieke interesse heeft en omschrijft zichzelf als minder aardig. Een typische bewuste nieuwsvermijder is ten slotte een hoger opgeleide vrouw met minder politieke interesse en iemand die zichzelf emotioneel stabiel vindt.

We gingen na of politieke interesse en enkele van deze psychologische kenmerken eigen zijn aan (on)bewuste nieuwsvermijding.

Nieuwsvermijders hebben minder politieke interesse dan nieuwsvolgers, wat de gevonden literatuur hierover (Schoenbach en Trilling, 2013) bevestigt. Bewuste nieuwsvermijders blijken niet aardiger te zijn dan nieuwsvolgers.

Onbewuste nieuwsvermijders zijn dan weer net minder aardig dan andere groepen waardoor we kunnen stellen dat nieuwsvolgers zeker niet minder aardig zijn dan vermijders. Dit spreekt onderzoek van Finn (1997) tegen.

Verder blijken bewuste nieuwsvermijders meer emotioneel stabiel te zijn dan nieuwsvolgers. Een interessante bevinding die er op zou kunnen wijzen dat de grote hoeveelheid negatief nieuws ook een negatieve impact heeft op de emotionele stabiliteit van nieuwsvolgers.

Wanneer we inzoomen op de redenen van bewuste nieuwsvermijding, kunnen we concluderen dat een steeds grotere toename van negatief nieuws nefast kan zijn voor nieuwsmedia. De negativiteit van het nieuws is namelijk de belangrijkste factor die mensen die het nieuws bewust vermijden opgeven als reden om het nieuws te vermijden. Andere redenen die aangeduid worden zijn vaak verbonden aan die negativiteit: het nieuws roept vaak negatieve gevoelens zoals kwaadheid en ongelukkigheid op bij de bewuste vermijders, er is een gebrek aan positief nieuws.

Het nieuws is voor bewuste vermijders vaak te sensatiegericht en ze vinden dat het nieuws vaak onbetrouwbaar is of te polariserend, en te weinig in de diepte gaat. Overige redenen zijn dan weer zaken die eigen zijn aan de bewuste nieuwsvermijder, zoals een gebrek aan interesse en geen tijd hebben om het nieuws te volgen. Veel bewuste vermijders vinden het nieuws irrelevant in hun leven.

Bewuste nieuwsvermijders zetten vaak het nieuwsmedium af net voor het nieuws aan bod komt, veranderen van mediazender of gaan naar plaatsen waar de kans dat ze het nieuws moeten volgen klein is. We gingen na of de omgeving van de bewuste nieuwsvermijders een grote rol speelt. Dit blijkt niet het geval te zijn. Meestal weet de omgeving niet dat de persoon het nieuws probeert te vermijden. Wanneer mensen in de omgeving er van op de hoogte zijn, blijkt dit meestal de directe familie van de bewuste vermijder te zijn. Wellicht komt dit omdat het nieuws vaak in de woonkamer opstaat en als gezin gevolgd wordt en de andere gezinsleden het zo te weten kunnen komen.

Een laatste aspect van bewuste nieuwsvermijding dat we bekeken hebben, is welke media en welke nieuwsrubrieken/thema's het meest vermeden worden. Slechts één nieuwsvermijder ontvangt het nieuws via geen enkel medium en volgt dit op geen enkele dag van de week. Sociale media en het televisienieuws worden het meest vermeden, het televisienieuws specifiek nog iets meer door jongere nieuwsvermijders.

Printmedia worden ook vaak vermeden: kranten en tijdschriften worden door ongeveer de helft van de bewuste nieuwsvermijders niet geraadpleegd. Dit heeft wellicht te maken met de algemeen dalende populariteit in oplages van printmedia.

Radio is het nieuwsmedium dat het minst wordt vermeden. Dit kan te maken hebben met het feit dat deze vaak op de achtergrond van een andere activiteit opstaat en niet altijd even aandachtig gevolgd wordt. Radio is het nieuwsmedium dat het minst wordt vermeden.

Bij de rubrieken valt op dat sport en economie het vaakst vermeden worden. Hierna komt het buitenlands nieuws, dat meer wordt vermeden dan het binnenlandse nieuws.

Mogelijk heeft dit te maken met de roep naar meer relevantie in het nieuws: buitenlands nieuws is iets dat voor velen een ‘ver-van-mijn-bedshow’ blijft. Thema’s die het meest vermeden worden zijn de economische crisis, terreur en politiek in het algemeen. De eerste twee hebben te maken met de negativiteit, terwijl het laatste voor velen ofwel gestuurd wordt door media ofwel niet relevant lijkt.

2. Suggesties voor volgend onderzoek

We hadden geen budget en verder ook beperkingen in de tijd bij het uitvoeren van dit onderzoek, mede daarom zijn er nog veel zaken die verder onderzocht kunnen worden. Onze bevindingen komen uit een survey waardoor we ons op zelfrapportering moeten baseren.

Hierdoor zal er altijd een vorm van bias bestaan in de vorm van bv. sociale wenselijkheid. De verspreidingswijze heeft ervoor gezorgd dat onze respondenten vaak hoger opgeleiden zijn, wat in volgend onderzoek wellicht beter onder controle gehouden kan worden.

Door het gebruik en de verspreidingswijze van de survey kregen we wel een hele brok aan data. Uit onze dataset kan er nog veel gehaald worden omtrent het nieuwsgebruik van Vlamingen waarop we in dit onderzoek onze focus niet gelegd hebben. Het zou ons te ver leiden van het onderwerp, denk maar aan: vergelijkingen tussen nieuwsmedia waarbij de populariteit nagegaan kan worden, het vertrouwen in deze media, verschillen binnen eenzelfde nieuwsmedium, ...

Er zijn nog een aantal zaken omtrent nieuwsvermijding die bekeken kunnen worden. De nieuwsvermijders kunnen op andere meer kwalitatieve manieren ondervraagd worden zoals in een focusgroep of met diepte-interviews. Aangezien dit een explorierend onderzoek in Vlaanderen was, is een herhaling van ons onderzoek ook van nut. Op die manier kan er longitudinaal vergeleken worden hoe de nieuwsvermijding in Vlaanderen evolueert.

VII. Appendix – gebruikte vragenlijst

1. Hoe vaak volgt u het nieuws in een typische week (via eender welk nieuwsmedium)?
2. Hoe vaak volgt u het nieuws in een typische week via de papieren krant?
3. Hoe vaak volgt u het nieuws in een typische week via magazines?
4. Hoe vaak volgt u het nieuws in een typische week via radio?
5. Hoe vaak volgt u het nieuws in een typische week via TV?
6. Hoe vaak volgt u het nieuws in een typische week via online sites?
7. Hoe vaak volgt u het nieuws in een typische week via sociale media?
8. Hoe belangrijk vindt u het nieuws?
9. Rangschik elk van deze nieuwsvormen op basis van hoezeer u ze vertrouwt, waarbij 0 weinig vertrouwen is en 10 veel:
Radio van de openbare omroep, commerciële radio,
TV van de openbare omroep, commerciële TV,
populaire kranten, kwaliteitskranten, gespecialiseerde tijdschriften,
online nieuwssites, sociale media
10. Hieronder volgen een aantal emoties die het nieuws (in het algemeen, geen specifiek item) kan oproepen. Duid voor elke optie aan wat voor u van toepassing is. Het nieuws maakt me:
Woedend, angstig, blij, onverschillig, walgend, wraakzuchtig,
vreugdevol, nerveus, verward, verdrietig

11. In welke mate gaat u akkoord met de volgende stellingen?

Nieuwsitems hebben weinig met mijn eigen leven te maken.

Ik vertrouw erop dat media voor mij persoonlijk relevante informatie selecteren.

12. In welke mate heeft u interesse in politiek?

13. Geef aan in welke mate u akkoord bent met de volgende stelling:

Ik vind dat ik een goed begrip heb van de

belangrijke politieke onderwerpen van ons land.

14. Wat is het meest van toepassing op u? Ik volg het nieuws:

Enkel indien het antwoord op vraag 14 ‘onbewust weinig’ is:

15. Zou u zelf zeggen dat u het nieuws vermijdt?

Vragen enkel voor vermijders:

16. Waarom probeert u het nieuws te vermijden/niet te volgen?

17. Welke redenen heeft u om het nieuws niet te volgen? Meerdere

opties aanduiden mag: Er is vaak iets interessanter te doen, het

nieuws maakt me ongelukkig, het nieuws maakt me kwaad, het

nieuws verveelt me, het nieuws is te negatief, het nieuws is niet

relevant in mijn leven, iemand anders bepaalt wat ik lees, zie of hoor,

ik ben te druk bezig met andere zaken en heb geen tijd of kans om

het nieuws te volgen, het nieuws geeft te veel aandacht aan politiek,

het nieuws geeft te veel aandacht aan sport, andere reden, namelijk:

18. Vermijdt u alle nieuwsmedia of slechts bepaalde vormen?

Duid hieronder aan welke u vermijdt:

Televisie, kranten, radio, sociale media, online nieuwssites,
tijdschriften

19. Vermijdt u alle nieuwsrubrieken of thema's, of slechts enkele?

Duid hieronder aan welke u vermijdt:

Sport, binnenland, buitenland, economie, varia, terreur, politiek,
Europa, crisis, ik vermijd alle rubrieken en thema's

20. Op welke manier(en) probeert u het nieuws te vermijden?

Meerdere opties aanduiden mogelijk:

Ik gebruik geen medium waarop ik het nieuws kan volgen, wanneer
het nieuws er bijna is zet ik het medium af,
wanneer het nieuws er bijna is verander ik naar een zender waar geen
nieuws op komt, ik zit niet op sociale media,
ik ga zo weinig mogelijk naar plaatsen waar ik het nieuws
onrechtstreeks kan opvangen, andere, namelijk:

21. Als u het nieuws om één of andere reden niet kan vermijden, hoe
reageert u dan?

22. Duid aan in welke mate u akkoord bent met onderstaande
stellingen:

Het nieuws niet volgen is moeilijk.

De opkomst van sociale media heeft het moeilijker gemaakt om het
nieuws niet te volgen.

Er zijn momenten dat ik het nieuws toch wil volgen.

23. Enkel bij antwoord dat dit aangeeft: U duidt aan dat er momenten zijn dat u het nieuws toch wilt volgen, wanneer is dat het geval?

24. Wat moet er aan het nieuws veranderen opdat u het terug zou beginnen volgen? Meerdere opties aanduiden mag:

Ik ga het nieuws sowieso niet meer volgen, meer relevante info, minder negativiteit, minder sensatiedrang, meer positief nieuws, meer variatie in items, andere, namelijk:

25. Was er een specifieke aanleiding om het nieuws te beginnen vermijden?

26. Wat heeft ervoor gezorgd dat u nieuws bent beginnen vermijden? Meerdere opties aanduiden mag.

Een specifieke gebeurtenis, namelijk:, ik merkte dat het nieuws me ongelukkig maakte, de negativiteit stoorde me, de focus op teveel hetzelfde soort nieuws stoorde me, ik vind de kwaliteit van het nieuws niet goed meer

27. In welke mate weet uw omgeving dat u het nieuws niet volgt?

28. In welke mate houden de mensen in uw omgeving er rekening mee dat u het nieuws niet volgt?

29. In welke mate houdt u er rekening mee dat anderen het nieuws wel volgen?

30. Zijn er nog mensen in uw familie of vriendenkring die het nieuws niet volgen?

31. **Alle respondenten:** Demografische gegevens:

Leeftijd

Geslacht

Opleidingsniveau

32. Geef voor elke van de 15 onderstaande woorden aan wat op jou van toepassing is: "Ik ben..."

Prettig (aardig voor anderen), fantasierijk, prikkelbaar, slordig, terughoudend, onderzoekend, zenuwachtig, zorgvuldig, stil, hulpvaardig, snel (emotioneel) geraakt, ordelijk, gesloten, veelzijdig, vriendelijk

33. Geef voor elke van de 15 onderstaande woorden aan wat op jou van toepassing is: "Ik ben..."

Nauwkeurig, spraakzaam, vernieuwend, behulpzaam, ongerust, schuchter, aangenaam, artistiek, angstig, netjes, teruggetrokken, systematisch, sympathiek, nerveus, creatief

De gedetailleerde vragenlijst (met eveneens vragen die niet aan bod komen in deze tekst) is hier terug te vinden:

<https://files.acrobat.com/a/preview/cf19e158-1246-4793-845d-2640f24bc3f8>

VIII. Bibliografie

Abel, J., Buff, C., & Burr, S. (2016). Social Media and the Fear of Missing Out: Scale Development and Assessment. *Journal of Business & Economics Research*, 14(1), 33-45.

Cacioppo, J. T., & Petty, R. E.. (1982). The need for cognition. *Journal of Personality and Social Psychology*, 42(1), 116-131.

Carey, J. (1999). In defense of public journalism. In T. L. Glasser (Red.), *The Idea of Public Journalism* (pp. 49-66). New York, USA: Guilford.

De Waal, E., & Schoenbach, K. (2005). *Online kranten en maatschappelijke betrokkenheid: Een onderzoek naar de invloed van het lezen van online versus gedrukte dagbladen op de publieke agenda in Nederland*. Den Haag: Bedrijfsfonds voor de Pers.

Dimmick, J., Kline, S., & Stafford, L. (2000). The gratification niches of personal e-mail and the telephone: Competition, displacement and complementarity. *Communication Research*, 27(2), 227-248. doi:10.1177/009365000027002005.

Fenton, N. (2010). Drowning or waving? New media, journalism, and democracy. In N. Fenton (Red.), *New Media, Old News: Journalism & Democracy in the Digital Age* (pp. 3-16). Londen: Sage.

Finn, S. (1997). Origins of media exposure: Linking personality traits to TV, radio, print, and film use. *Communication Research*, 24(5), 507-529. doi:10.1177/009365097024005003.

Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N. (1986).). Living with television: The dynamics of the cultivation process. In J. Bryant, & D. Zillmann (Red.), *Perspectives on media effects* (pp. 17-40). Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.

Huang, E. (2009). The causes of youths' low news consumption and strategies for making youths happy news consumers. *Convergence*, 15(1), 105-122. doi:10.1177/1354856508097021.

ICT in cijfers. (z.j.). Geraadpleegd van economie.fgov.be/nl/consument/Internet/ICT_in_cijfers/.

Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). Utilization of mass communication by the individual. In E. Katz, & J. G. Blumler (Red.), *The uses of mass communication: Current perspectives on gratifications* (pp. 19-32). Beverly Hills: Sage.

- Katz, E., & Liebes, T. (1990). *The Export of Meaning: Cross-Cultural Readings of Dallas*. New York: Oxford University Press.
- Martin, V. B.. (2008). Attending the news: A grounded theory about a daily regimen. *Journalism: Theory, Practice, and Criticism*, 9(1), 76-94. doi:10.1177/1464884907084341.
- McChesney, R. W.. (2000). Journalism, Democracy, ... and Class Struggle. *Monthly Review*, 52(6), 1-8. Geraadpleegd van <http://monthlyreview.org/2000/11/01/journalism-democracy-and-class-struggle/>.
- McChesney, R. W.. (2013, 3 maart). Mainstream media meltdown! Geraadpleegd van http://www.salon.com/2013/03/03/mainstream_media_meltdown/?source=newsletter&utm_source=contactology&utm_medium=email&utm_campaign=Salon_Daily%20Newsletter%20%28Premium%29_7_30_110.
- McCombs, M. E., & Nolan, J. (1992). The relative constancy approach to consumer spending for media. *Journal of Media Economics*, 5(2), 43-52.
- Mindich, D. T.Z.. (2005). *Tuned Out: Why Americans under 40 Don't Follow the News*. New York, Groot-Brittannië: Oxford University Press.

- Morley, D. (1980). *The 'Nationwide' Audience: Structure and Decoding*. Londen: BFI.
- Palmgreen, P., & Rayburn, J. D.. (1979). Uses and gratifications and exposure to public television: A Discrepancy Approach. *Communication Research*, 6(2), 155-180.
doi:10.1177/009365027900600203.
- Pew Research Center for the People and the Press. (2002, 9 juni). Public's News Habits Little Changed by September 11. Geraadpleegd van <http://people-press.org/reports/display.php3?ReportID=156>.
- Pew Research Center for the People and the Press. (2008, 17 augustus). Key News Audiences Now Blend Online and Traditional Sources. Geraadpleegd van <http://www.people-press.org/2008/08/17/key-news-audiences-now-blend-online-and-traditional-sources>.
- Pew Research Center for the People and the Press. (2016, 7 juli). The Modern News Consumer: News Attitudes and Practices in the Digital Era. Geraadpleegd van <http://www.journalism.org/2016/07/07/pathways-to-news/>.
- Putnam, R. D.. (2000). *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. New York: Simon & Schuster.

- Radway, J. (1984). *Reading the Romance*. North Carolina: The University of North Carolina Press.
- Robinson, J. P., Kestnbaum, M., Neustadt, A., & Alvarez, A. (2002). Information technology and functional time displacement. *IT & Society*, 1(2), 21-36. Geraadpleegd van http://www.academia.edu/4280097/information_technology_and_functional_time_displacement.
- Rosengren, K. E. (1974). Uses and gratifications: A paradigm outlined. In J. G. Blumler, & E. Katz (Red.), *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research* (pp. 269-286). Beverly Hills: Sage.
- Schoenbach, K., De Waal, E., & Lauf, E. (2005). Research note: Online and print newspapers: Their impact on the extent of the perceived public agenda. *European Journal of Communication*, 20(2), 245-285. doi:10.1177/0267323105052300.
- Schudson, M. (1998). *The Good Citizen: A History of American Civic Life*. New York: Free Press.
- Shah, D. V., McLeod, J. M., & Yoon, S. H.. (2001). Communication, context, and community: An exploration of print, broadcast, and internet influences. *Communication Research*, 28(4), 464-506. doi:10.1177/009365001028004005.

- Stempel, G. H., Hargrove, T., & Bernt, J. P.. (2000). Relation of growth of use of the Internet to changes in media use from 1995 to 1999. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 77(1), 71-79. doi:10.1177/107769900007700106.
- Tewksbury, D. (2003). What do Americans really want to know? Tracking the behavior of news readers on the Internet. *The Journal of Communication*, 53(4), 694-710. doi:10.1111/j.1460-2466.2003.tb02918.
- Tewksbury, D. (2005). The seeds of audience fragmentation: Specialization in the use of online news sites.. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 49(3), 332-348. doi:10.1207/s15506878jobem4903_5.
- Tewksbury, D., & Althaus, S. L.. (2000). Differences in knowledge acquisition among readers of the paper and online versions of a national newspaper. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 77(3), 457-479. doi:10.1177/107769900007700301.
- Trilling, D., & Schoenbach, K. (2013). Skipping current affairs: The non-users of online and offline news. *European Journal of Communication*, 28(1), 35-51. doi:10.1177/0267323112453671.

Van Cauwenberge, A., Beentjens, H., & D'Haenens, L. (2011). Een typologie van jonge nieuwsgebruikers in een multimediaal landschap. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 39(1), 64-78.

Vermulst, A. A., & Gerris, J. R. M.. (2005). QBF. Quick Big Five Persoonlijkheidsvragenlijst. Handleiding. Geraadpleegd van <http://hdl.handle.net/2066/54999>.

Walgrave, S., & De Smedt, J. (2015). De staat van de Vlaamse nieuwsmedia. Geraadpleegd van <http://www.steunpuntmedia.be/wp-content/uploads/2015/10/De-staat-van-de-Vlaamse-nieuwsmedia.pdf>.

Woodstock, L. (2014). The news-democracy narrative and the unexpected benefits of limited news consumption: The case of news resisters. *Journalism*, 15(7), 834-849.
doi:10.1177/1464884913504260.

IX. Dankwoord

Vele mensen hebben meegeholpen aan de totstandkoming van deze masterproef. Ik wil graag van de gelegenheid gebruik maken om hen te bedanken voor hun steun en inzet.

Ik denk in de eerste plaats aan mijn promotor, Prof. Dr. Rozane De Cock, voor de begeleiding bij het schrijven van deze masterproef en het bijsturen wanneer dat nodig was.

Ik kan natuurlijk niet hard genoeg benadrukken hoe belangrijk de 577 respondenten uit mijn onderzoek zijn. Ik kan ze niet persoonlijk bedanken vanwege de anonimiteit van invullen, maar: bedankt, zonder jullie had deze masterproef niet tot stand kunnen komen!

Daarnaast verdient mijn schoonbroer Gert een speciale vermelding voor het toezicht op de structuur van de tekst en de hulp bij statistische analyses. Voorts bedank ik mijn neef Bruno voor de hulp bij statistische analyses en mijn familie in het algemeen voor het geduld en de morele steun die ze mij aangeboden hebben. Mijn zus en ouders in het bijzonder, voor de hulp bij de laatste loodjes en het nalezen van teksten, en de feedback op de testversies van de survey.

Mijn vrienden en kotgenoten tot slot, voor het luisteren naar klachten wanneer het even minder ging, Stijn Durt eveneens voor het invullen van de testversie van de survey. ‘Last but not least’ verdient Tessa Lutz een vermelding om altijd een luisterend oor te zijn.

Joris Becq