

Master in de journalistiek

Kinderen en nieuwsgebruik

Survey-onderzoek naar de rol van ouders en scholen bij de nieuwsconsumptie van Vlaamse kinderen tussen tien en twaalf jaar

Masterproef aangeboden door
Lise Rymenants

Tot het behalen van de graad van master in de journalistiek

Promotor: Prof. Dr. Rozane De Cock

Academiejaar: 2022-2023

Plagiaatmodule

Certificaat plagiaatpreventie

Deze module gaf meer uitleg over wat er door KU Leuven en de Faculteit Sociale Wetenschappen precies begrepen wordt onder het concept 'plagiaat'.

Er werd je uitgelegd waarom het belangrijk is om correct te refereren en op welke manieren je dit kan doen.

Gebruikersnaam	q1316161
Primary key gebruiker	_903356_1
Volledige naam	Lise Rymenants
Vaknaam	Zelfstudietutorial Plagiaat Faculteit Sociale Wetenschappen
Vak-id	C-6391141-K
Primary key content item	_19573607_1

Persartikel

Jong geleerd, oud gedaan? Attitudes ouders en leerkrachten stimuleren nieuwsconsumptie kinderen

De meerderheid van de kinderen blijft graag op de hoogte van wat er in de wereld gaande is, en dat het liefst via de televisie. Ouders en leerkrachten zijn daarbij belangrijke omgevingsactoren die hen tot meer of minder nieuwsconsumptie aan kunnen zetten. Dat blijkt uit het recente masterproefonderzoek van Lise Rymenants, een studente journalistiek aan de KU Leuven.

Een survey-onderzoek bij 216 Vlaamse kinderen tussen tien en twaalf jaar onderzocht of ouders en leerkrachten een rol spelen bij het nieuwsconsumptiegedrag van kinderen. De deelnemende kinderen maakten een inschatting van de attitudes die hun ouders over nieuws hebben. Uit de resultaten blijkt dat die ingeschatte attitudes er weldegelijk toe in staat zijn om nieuwsgebruik van kinderen te stimuleren en reduceren. Ouders functioneren dus nog steeds als rolmodellen voor hun kinderen, net zoals de Amerikaans-Canadese psycholoog Albert Bandura eerder verklaarde met zijn sociaal-cognitieve leertheorie. Die stelt simpelweg dat de omgeving, de persoonlijkheid en het gedrag van rolmodellen ervoor zorgen dat kinderen attitudes en gedragingen overnemen.



© Getty Images

Ook leerkrachten functioneren als rolmodellen voor kinderen. Het onderzoek toonde namelijk aan dat wanneer leerkrachten belang hechten aan de actualiteit in de klas, kinderen meer geneigd zijn om het nieuws te volgen in hun vrije tijd. Aan de hand van deze bevindingen hoopt de masterstudent ouders en leerkrachten aan te sporen om interesse in de actualiteit te tonen en er met hun kinderen over in gesprek te gaan.

Jongens willen sport, meisjes beroemdheden

Wanneer de kinderen de vraag kregen om hun interesses in een aantal nieuwsthema's mee te geven, doken er voor jongens en meisjes opvallende verschillen op. Jongens zijn veel meer dan meisjes geïnteresseerd in sportnieuws. Meisjes houden dan weer meer van nieuws waarin beroemdheden aan bod komen. Ze zijn wel even geïnteresseerd in nieuws over de natuur en het klimaat. Kinderen hebben dus naast zachte onderwerpen ook belangstelling voor complexere nieuwsthema's, zoals de klimaatopwarming.

Karrewiet even populair als nieuws voor volwassenen

Minder dan 10% van de kinderen consumeert nooit nieuws in hun vrije tijd, wat dus inhoudt dat 90% van de kinderen het wel doet. Het jeugdjournaal Karrewiet, op de kinder- en jeugdzender Ketnet, speelt daar samen met nieuwskanalen voor volwassenen een grote rol in. Sinds enkele jaren is er ook nws.nws.nws op Instagram voor jongeren, maar dat blijkt beduidend minder populair te zijn bij tien tot twaalfjarigen. Waarschijnlijk is dat te wijten aan de leeftijd van de kinderen, aangezien velen onder hen (nog) niet in het bezit zijn van een Instagramaccount.

Televisie blijft het populairst

Dat nieuwsconsumptie via sociale media minder populair is bij kinderen, blijkt ook uit een vergelijking van verschillende platformen die kinderen gebruiken om Karrewiet te volgen. Karrewiet op Instagram en TikTok vinden ze beiden minder leuk dan de website van Karrewiet op Ketnet.be. Toch zijn het vooral de televisie-uitzendingen van Karrewiet die nog steeds het meest populair zijn. Beleidsmakers, leerkrachten en ouders zijn zich er dus best van bewust dat traditionele kindernieuwsuitzendingen via de televisie nog steeds het effectiefst werken om kinderen op de hoogte te houden van de actualiteit.

Inhoudsopgave

Voorwoord	6
1. Inleiding	7
2. Literatuurstudie	8
2.1 Nieuwsinteresses van kinderen	9
2.2 Nieuwskanalen voor kinderen	10
2.3 Invloed ouders en school	11
2.3.1 Ouders en nieuws	11
2.3.2 School en nieuws	12
3. Onderzoeksvragen en hypothesen	13
4. Methodologie	15
4.1 Steekproefbeschrijving	15
4.1.1 Dataverzamelmethode	15
4.1.2 Verloop surveyonderzoek	17
4.1.3 Steekproefbeschrijving en criteria	18
4.2 Meetinstrumenten	19
4.2.1 Sociaal-demografische gegevens	19
4.2.2 Platformen, emoties en attitude(s) nieuwsconsumptie kinderen	20
4.2.3 Intrinsieke motivatie nieuwsconsumptie kinderen	21
4.2.4 Interesse nieuwsthema's kinderen	22
4.2.5 Nieuwsattitudes ouders	22
4.2.6 Platformen en frequentie (inschatting) nieuwsattitudes ouders	23
4.2.7 Nieuwsgebruik op school	24
4.2.8 Frequentie nieuwsgebruik op school	24
4.2.9 Populariteit Karrewiet	25
4.2.10 Attitude Karrewiet	25
4.3 Analyses	26
5. Resultaten	26
5.1 Beschrijvende statistieken	26
5.2 Hypothesetesten	29
5.2.1 Rol van nieuwsattitudes ouders bij motivatie nieuwsgebruik kinderen	29
5.2.2 Rol van nieuwsgebruik op school bij motivatie nieuwsgebruik kinderen	30
5.2.3 Verschillen in interesses nieuwsthema's op basis van geslacht	31
5.2.4 Populariteit kindernieuws versus jongeren- en volwassenennieuws	32
5.2.5 Populariteit nieuwsplatformen Karrewiet	32
6. Discussie	32
6.1 Bijdrage aan bestaande literatuur	35
6.2 Beperkingen en aanbevelingen vervolgonderzoek	36
7. Conclusie	38

8. Literatuurlijst	39
9. Bijlage.....	45
9.1 Vragenlijst	45
9.2 Geïnformeerde toestemming ouders.....	53
9.3 Geïnformeerde toestemming respondenten	55
9.4 Informatiebrief ouders	57
9.5 Informatiebrief respondenten	58

Voorwoord

Het is een voorrecht om een volledig academiejaar te mogen wijden aan een masterproef waarin meerdere persoonlijke interessegebieden elkaar ontmoeten. Kwantitatief onderzoek voeren met kinderen en nieuws als centrale onderwerpen, definieer ik bijgevolg als een spreekwoordelijke kers op de taart van mijn vierjarige opleiding aan de KU Leuven. Ik kon er niet alleen mijn verworven kennis uit de bachelor Communicatiewetenschappen en de master journalistiek op toepassen, maar had ook het privilege om heel wat nieuwe mensen te leren kennen. Door elf scholen overheen Vlaanderen te bezoeken, kwam ik namelijk met honderden mensen van alle leeftijden in contact. Bijgevolg zou ik iedereen die ik op mijn tocht leerde kennen, van deelnemende scholen tot leerkrachten en uiteraard de leerlingen zelf, enorm willen bedanken. Daarnaast gaat mijn grote dank uit naar mijn promotor, Prof. Dr. Rozane De Cock. Zonder haar motiverende woorden, kritische bemerkingen en nauwgezette begeleiding had ik deze masterproef nooit tot een gelijkwaardig einde kunnen volbrengen.

Verder zou ik nog enkele personen uit mijn persoonlijke leven willen bedanken die stuk voor stuk een grote plaats in mijn hart innemen. Meerbepaald bedank ik graag mijn ouders voor hun onvoorwaardelijke steun, warmte en liefde. Ook mijn broer, Jens, van wie ik zaken leerde die niemand anders me had kunnen bijleren. Verder zet ik ook graag mijn grootouders in de bloemetjes, aangezien ze mijn inspiratiebron voor het leven vormen. Mijn beste vriendin, Amber, omdat ze er ongeacht welke afstand altijd is. En tot slot alle lieve familieleden en vrienden die me geregeld vroegen hoe het proces rondom mijn masterproef verliep, en die mijn leven elk op hun eigen manier mooier maken.

Door jullie ben ik wie ik vandaag ben.

Zonder jullie had ik dit nooit gekund.

Bedankt voor alles.

1. Inleiding

Kwaliteitsvolle nieuwsberichtgeving op maat van kinderen is cruciaal voor de kennisverwerving en sociale ontwikkeling van jonge burgers (Alon-Tirosh, 2017; Carter, 2022). Een schoolvoorbeeld daarvan is het ontstaan van verscheidene nieuwsmerken met kinderen als doelgroep (Carter et al., 2021; English et al., 2019). In Vlaanderen is Karrewiet bijvoorbeeld het cross-mediale kindernieuwsmerk bij uitstek (De Cock & Hautekiet, 2013; Vanwynsberghe et al., 2022). Ondanks dat soort initiatieven, blijkt een kwart van de kinderen toch geen interesse in de actualiteit te tonen (Vanwynsberghe et al., 2022). Het zijn de ouders en leerkrachten uit de schoolomgeving die de belangrijkste stimulansen vormen om hen aan te zetten tot nieuwsconsumptie (Hobbs et al., 2011; Notley & Dezuanni, 2019; Notley et al., 2022). De sociaal-cognitieve leertheorie van Albert Bandura stelt namelijk dat ouders en leerkrachten als rolmodellen fungeren, waardoor kinderen mogelijks ook de nieuwsattitudes- en gewoonten van hun ouders overnemen (Bandura, 2001, Edgerly et al., 2018). Dit masterproefonderzoek gaat daarom op zoek naar de rol die ouders en leerkrachten in Vlaanderen spelen bij de creatie van nieuwsattitudes door kinderen tussen tien en twaalf jaar. Verder wilt het ook nagaan of er al dan niet interesseverschillen tussen jongens en meisjes waarneembaar zijn voor bepaalde nieuwsthema's. Volwassen mannen en jongens (kinderen) vertonen namelijk beduidend meer interesse in sportnieuws (D'Haenens et al., 2004; Evrard, 1996), terwijl vrouwen dan weer meer geïnteresseerd zijn in lifestylenieuws (Knobloch-Westerwick en Alter, 2007). Voor andere nieuwsthema's zouden er dan weer geen prominente interesseverschillen bestaan (Conway et al., 1981; Matthews, 2007). De studie gaat daarom na of gelijkaardige conclusies getrokken kunnen worden voor Vlaamse kinderen. Tot slot wil het nog onderzoeken of kinderen eerder de neiging hebben om nieuws van Karrewiet, van nws.nws.nws of nieuws voor volwassenen te consumeren. Daaropvolgend tracht de studie te achterhalen via welke platformen ze het Vlaamse Karrewiet raadplegen. Kinderen zouden naast kindernieuws ook alleen of in het bijzijn van hun ouders naar volwassenennieuws kijken (De Cock & Hautekiet, 2012). Bovendien zou de televisie nog steeds het populairste medium zijn bij kinderen (Carter et al., 2021). Ter conclusie beoogt deze studie te achterhalen hoe het met de nieuwsinteresses- en attitudes van Vlaamse kinderen tussen tien en twaalf jaar gesteld is.

Aan de hand van een surveyonderzoek in elf Vlaamse basisscholen krijgen 216 leerlingen uit het vijfde en zesde leerjaar een twintigtal vragen voorgelegd. De afname van die vragen verloopt via een online platform, maar vindt wel in de klasomgeving plaats. Met de resultaten die eruit volgen, hoopt het onderzoek de beslissende rol van ouders en leerkrachten te belichten en beleidsmakers aan te sporen om de actualiteit als een cruciaal onderdeel van de lessenspakketten te beschouwen. De nieuwsconsumptie van rolmodellen uit de sociale omgeving van kinderen vormt namelijk een belangrijke voorspeller van maatschappelijk engagement op latere leeftijd (York en Scholl, 2015).

2. Literatuurstudie

Nieuwsberichtgeving vormt een toonaangevende maatstaf voor de gezondheid van een democratie. Nieuwsmedia schenken namelijk aandacht aan de gebeurtenissen en problemen die zich in een samenleving voordoen. Daardoor zetten ze indirect aan tot maatschappelijk engagement, wat een cruciaal onderdeel vormt van democratische systemen (Van't Riet & Kleemans, 2021). Om het voortbestaan van democratieën te garanderen, suggereren English et al. (2019) dat het voordelig kan zijn om kinderen kritisch te leren nadenken over gebeurtenissen die al dan niet in het nieuws verschijnen. Het hoofddoel is daarbij dat ze vanaf jonge leeftijd waarheden en verzinsels van elkaar leren onderscheiden. Op die manier ondervinden ze hoe het is om met maatschappelijke problemen om te gaan, en leren ze mee nadenken over mogelijke oplossingen (Van't Riet & Kleemans, 2021; Watts et al., 2003). Het kan daarom interessant zijn om burgers vanaf jonge leeftijd te stimuleren om nieuws te lezen, te volgen en te begrijpen. Toch zijn er ook stemmen die zich tegen dat idee uitspreken, aangezien ze de nadruk leggen op de onschuld van kinderen en de noodzaak om hen te beschermen (Robinson et al., 2019). Het is namelijk zo dat nieuwsonderwerpen geregeld gewelddadige inhoud bevatten, met het gevolg dat hun opvoeders dat soort nieuwsconsumptie als ongepast bestempelen (Alon-Tirosh, 2017).

Om weerwoord te bieden aan die kritische stemmen, ontwikkelden verscheidene landen de afgelopen decennia nieuwskanalen op maat van kinderen. Zo was er tot 2018 de krant 'Crinkling News' in Australië, speciaal voor kinderen tussen zeven en veertien jaar (English et al., 2019). In Duitsland en Nederland zijn er tot op vandaag kindertelevisiezenders met eigen nieuwsprogramma's, respectievelijk 'Logo!' en 'Het Jeugdjournaal'. In Groot-Brittannië ontstond hun voorloper 'Newsround' al in 1972, met kinderen tussen zes en twaalf jaar als voornaamste doelgroep (Carter et al., 2021). Vlaamse kinderen kunnen dan weer terecht bij Karrewiet om de actualiteit te volgen. Dat is het cross-mediale kindernieuwsmerk van de Vlaamse openbare omroep (VRT), en richt zich net als het Nederlandse 'Jeugdjournaal' op kinderen tussen negen en twaalf jaar (De Cock & Hautekiet, 2013). Wereldwijd ontstonden er de afgelopen decennia gelijkaardige initiatieven die telkens het belang van kindernieuws aantoonde.

Een van de voornaamste oorzaken voor het ontstaan van kinderzenders- en nieuwsprogramma's, is de plicht van Europese publieke omroepen om 'universele bereikbaarheid en aantrekkelijkheid' te garanderen (Donders & Van Den Bulck, 2020). Beide termen benadrukken de opdracht van publieke omroepen om alle burgers in een land te bereiken en aan te spreken, ongeacht hun leeftijd, socio-economische status, geografische positie, opleidingsniveau of interessegebied (Van Den Bulck, 2001; Gripsrud, 2002; Donders & Van Den Bulck, 2020). Kinderen afschermen van de actualiteit zou niet alleen ingaan tegen die verplichtingen, maar zou ook hun prille verlangen naar burgerparticipatie verminderen en mogelijks doen verdwijnen (Davies et al., 2013). Alon-Tirosh (2017) concludeert dat nieuws op maat van kinderen cruciaal is voor kennisverwerving over de actualiteit op jonge leeftijd. Verder benadrukt hij dat de producenten van kindernieuws hun boodschappen op zorgzame wijze en met het oog op de bescherming van hun doelgroep dienen over te brengen. Kindernieuws draagt

namelijk bij tot de sociale ontwikkeling van een kind, waardoor kwaliteitsvolle nieuwsberichtgeving een streefdoel hoort te zijn (Carter, 2022).

Toch is er ook een belangrijk aandachtspunt verbonden aan de actualiteitsoverdracht naar kinderen toe. Zo is het productieproces dat achter kindernieuwsprogramma's schuilgaat duur en arbeidsintensief (Carter et al., 2021). Nieuwsitems op de website van het Vlaamse Karrewiet zijn bijvoorbeeld gerelateerd aan de besproken items in het televisiejournaal voor volwassenen. De voornaamste oorzaak van die overeenkomst is het gebrek aan tijd en budget bij de kindernieuwssite (Dhoest & Te Walwaart, 2018). Op inhoudelijk niveau vond Carter (2022) dat nieuwsmakers 'zware' nieuwsonderwerpen meer kindvriendelijk proberen over te brengen met de zogenaamde 'sandwichformule'. Nieuws met een negatieve lading wordt dan voor- en nagegaan door luchtiger nieuws, zodat ze hun doelpubliek enigszins kunnen beschermen tegen 'zware' inhoud. Die methode kan gunstige effecten hebben, maar nieuwsproducenten dienen in het oog te houden dat ze geen over-simplificatie van de realiteit in de hand werken (Hawley, 2022). Kinderen geven namelijk een dubbel verlangen aan: enerzijds willen ze dat volwassenen hen ernstig informeren over de actualiteit, maar anderzijds willen ze voornamelijk leuk en positief nieuws consumeren (van't Riet en Kleemans, 2021).

2.1 Nieuwsinteresses van kinderen

Het nieuwste onderzoeksrapport van Apestaartjaren vond dat een vierde van de Vlaamse kinderen uit het lager onderwijs geen interesse in de actualiteit vertoont. De ruime meerderheid van hen is er dus wel in geïnteresseerd, en dat zelfs opvallend meer dan jongeren (Vanwynsberghe et al., 2022). Voor nieuwsproducenten is het niet altijd makkelijk om bericht te geven over complexere thema's (Carter et al., 2009). Kinderen lijken namelijk zwaarwichtige nieuwsonderwerpen (bv. politiek en economie) te ontwijken, en neigen veel meer naar luchtigere onderwerpen, zoals sport, dieren en beroemdheden (Alon-Tirosh & Lemish, 2014; Alon-Tirosh, 2017). Het is echter opvallend dat jongens en meisjes wel veel belang hechten aan nieuws over het klimaat en alle bezorgdheden daaromheen. Dat nieuwsthema behoort namelijk eerder tot de categorie 'zwaarwichtige' thema's, verwijzend naar de klimaatopwarming (Matthews, 2007).

Sommige auteurs suggereren bovendien dat er verschillen op basis van geslacht bestaan voor de interesses van nieuwsconsumenten in verscheidene nieuwsthema's. Zo zouden mannen bijvoorbeeld beduidend meer interesse vertonen in sportnieuws dan vrouwen (D'Haenens et al., 2004). Ook bij jongens en meisjes (kinderen) treedt datzelfde verschil op (Evrard, 1996). Uit ander onderzoek blijkt dat volwassen vrouwen significant minder belang hechten aan 'typisch mannelijke' nieuwsonderwerpen, waartoe sport, economie en politiek behoren (Knobloch-Westerwick et al., 2006; Toff & Palmer, 2019). Knobloch-Westerwick en Alter (2007) toonden aan dat er dus weldegelijk een interesseverschil voor nieuwsonderwerpen waarneembaar is bij volwassenen. Vrouwen vertonen namelijk meer interesse in sociale en interpersoonlijke nieuwsonderwerpen (lifestyle, gezondheid en entertainment), terwijl mannen eerder geneigd zijn om nieuws te consumeren waarin prestaties centraal staan (sport, politiek en economie). Gelijkaardige resultaten kwamen in het onderzoek van Rao en Taboada (2021) naar

boven, met de bemerking dat nieuws op de voorpagina's van kranten vaker 'typisch mannelijk nieuws' is, terwijl 'typisch vrouwelijk nieuws' minder opvalt. In tegenstelling tot die bevindingen vond ouder onderzoek van Conway et al. (1981) dan weer geen verschillen voor nieuwsgebruik- en interesses op basis van geslacht.

2.2 Nieuwskanalen voor kinderen

Zoals eerder vermeld, vertonen Vlaamse kinderen gemiddeld meer interesse in nieuws dan jongeren. Daarvoor kan Karrewiet een verklaring bieden, aangezien maar liefst 75% van de kinderen het kindernieuwskanaal geregeld raadpleegde in 2021 (Vanwynsberghe et al., 2022). Dat doen ze, ondanks de opkomst van nieuwe media, nog steeds het meest via de televisie (De Cock & Hautekiet, 2012; Lau, 2014). Andere nieuwsbronnen dan Karrewiet volgen in de rangorde, waaronder (radio)nieuws voor volwassenen (Vanwynsberghe et al., 2022). Ondanks de grote populariteit van Karrewiet, kijkt een groot deel van de kinderen minstens een paar keer per week naar het volwassenennieuws (De Cock & Hautekiet, 2012). Dat bevestigt dat kinderen nog steeds met hun ouders naar de televisie kijken (Pasquier et al., 1998).

Toch hoort er ook een belangrijke bemerking bij die bevindingen geplaatst te worden. De onderzoeken waaruit bovenstaande conclusies volgen, zijn tien tot twintig jaar geleden uitgevoerd. In de huidige digitale samenleving zijn kinderen actieve internet- en sociale mediagebruikers geworden (Boer et al., 2021; Kaess, 2020; Neumann et al., 2022; van't Riet & Kleemans, 2021). Bijgevolg rijst de vraag of de televisie nog steeds het populairste medium voor nieuwsconsumptie bij kinderen is. Recenter onderzoek vond daarover dat kindernieuws via de televisie nog steeds mag rekenen op de hoogste graad van vertrouwen en accuraatheid (Carter et al., 2021). Een derde van de Vlaamse kinderen gaf bovendien in het Apestaartjarenonderzoek aan dat ze nieuwe media (elektronica en sociale media) gebruiken om nieuws te consumeren (Vanwynsberghe et al., 2022). Onderzoek van De Cock en Hautekiet (2012) kwam eerder al tot dezelfde constatactie voor nieuwsconsumptie via internet. Moderne technologie kan met andere woorden een rol spelen in het verkrijgen van toegang tot nieuws (Evrard, 1996), maar via het internet gaan kinderen niet expliciet op zoek naar nieuwsberichtgeving. Dat geldt ook voor nieuws via sociale media, waarlangs kinderen enkel nieuws lijken te consumeren wanneer het toevalligerwijs aan hen voorbijkomt (Newman et al., 2021; Notley & Dezuanni, 2019; Notley et al., 2022). Het is echter wel zo dat het jongerennieuwsplatform nws.nws.nws van de Vlaamse openbare oproep (VRT) op Instagram mag rekenen op meer dan 300.000 volgers. Hoewel het zich richt op jongeren van dertien tot achttien jaar, is het niet onlogisch dat die doelgroep mogelijk breder is in de realiteit. Sommige kinderen vertonen bijvoorbeeld een ontwikkelingsvoorsprong, waardoor ze ook tijdens de consumptie van nieuws gedrag kunnen vertonen dat 'ouder' is dan hun effectieve leeftijd voorspelt (DeBoer, 2022).

Ongeacht de relatief lage cijfers van online nieuwsgebruik door kinderen, maken kindernieuwsproducenten zich toch zorgen om de digitalisering van kindernieuws. Ze stellen namelijk dat het onderscheid vervaagt tussen wat wel en niet belangrijk is bij de actualiteitsoverdracht naar kinderen toe (Carter et al., 2021). Daarom is het cruciaal om jonge burgers aan te leren hoe ze kritisch

met online nieuws dienen om te gaan (Wallis & Buckingham, 2016). Om een antwoord te bieden op de cognitieve en emotionele noden van kinderen, vormen de producenten van kindernieuws een belangrijke tussenschakel. Via hun platformen reiken ze namelijk de mogelijkheid aan om heersende meningen van kinderen over de actualiteit te delen met de rest van de samenleving (Kleemans & Tamboer, 2022). Aangezien nieuwsmakers een grote verantwoordelijkheid dragen, is het van belang dat ze duidelijke richtlijnen hanteren rondom de selectie en framing van nieuwsonderwerpen (De Cock, 2012).

2.3 Invloed ouders en school

Ouders en de schoolomgeving zijn de belangrijkste stimulansen die kinderen kunnen aanzetten tot het volgen van nieuws (Notley & Dezuanni, 2019; Notley et al., 2022). Die invloed valt te verklaren vanuit de sociaal-cognitieve leertheorie van Albert Bandura (Bandura 1971; Bandura, 2001). Hij stelde dat de omgeving van individuen, in combinatie met hun gedragingen en persoonlijke kenmerken, bepalend is voor de leerprocessen die ze ondergaan (Nabavi & Bijandi, 2012; Rubenstein et al., 2017). Dit onderzoek belicht uitsluitend de wisselwerking tussen de sociale omgeving en het gedrag van een individu. Al vanaf jonge leeftijd observeren, analyseren en evalueren mensen het gedrag van hun rolmodellen, waarna ze het uiteindelijk imiteren (Bandura, 2001; Janse, 2018). Niet alleen het gedrag, maar ook de attitudes, normen en waarden kunnen overgedragen worden van geobserveerde naar observator (Bandura, 2001, Edgerly et al., 2018). Het al dan niet belonen en/of bestraffen van het geïmiteerde gedrag is doorslaggevend voor de herhaling ervan (McLeod, 2023). Omdat ouders en leerkrachten de belangrijkste motivatoren zijn om nieuws te consumeren, fungeren ze als rolmodellen voor de nieuwsattitudes- en gedragingen van kinderen. In wat volgt, wordt er afzonderlijk op ouders en leerkrachten als rolmodellen ingegaan.

2.3.1 Ouders en nieuws

Ouders vormen de belangrijkste bron van informatie en educatie voor kinderen (Buijzen et al., 2007). Op die manier oefenen ze een onschatbare invloed uit op hun interesses en attitudes, zowel op korte als lange termijn (York & Scholl, 2015). Een ouder blijft bijvoorbeeld de meest doorslaggevende factor voor de sturing van de interesse die een kind in nieuws heeft, ondanks alle technologische ontwikkelingen van de afgelopen decennia (Edgerly et al., 2018). Zo spelen ze een stimulerende rol wanneer hun kinderen niet uit zichzelf de neiging hebben om de actualiteit te volgen. Kinderen kijken namelijk samen met hun ouders en/of andere familieleden naar de televisie, waardoor ze geregeld blootgesteld worden aan de (nieuws)programma's die hun ouders bekijken (Cantor & Nathanson, 1996; Buijzen et al., 2007, Notley & Dezuanni, 2019). De nieuwsinhouden die ze dan te zien krijgen, zijn mogelijks moeilijker te begrijpen dan die in kindernieuwsprogramma's. Het is in dat geval de ouderlijke nabijheid en uitleg die het voor kinderen mogelijk maakt om nieuwsinhouden te verwerken (Comer et al., 2008). Al hoort daarbij de bemerking gemaakt te worden dat ander onderzoek die stelling tegenspreekt. Actieve begeleiding van ouders tijdens het bekijken van nieuws over extreme

gebeurtenissen, zou net gevoelens zoals angst en verdriet bij kinderen in de hand werken (De Cock, 2012).

De hoeveelheid en het soort nieuwsgebruik van ouders oefent een opvallende invloed uit op de nieuwsconsumptiepatronen van hun kinderen, waardoor ze die op duurzame wijze overnemen (Conway et al., 1981; Notley et al., 2022; York & Scholl, 2015). Zo beantwoordt voorgaande literatuur aan Bandura's (1986) idee dat hoe vaker ouders een gedraging vertonen, hoe meer kans er bestaat dat een kind dat gedrag over zal nemen. Toch is het belangrijk om daaraan toe te voegen dat kinderen die zelf het nieuws volgen, dat vaker vanuit eigen beweegredenen doen dan dat ze zich daartoe verplicht voelen door hun omgeving. De intrinsieke motivatie om nieuws te consumeren is dus sterker dan de extrinsieke motivatie (Vanwynsberghe et al., 2022). Het is echter wel zo dat de factoren die extrinsieke motivatie stimuleren, in dit geval de ouders, een belangrijke tussenschakel vormen voor vrijwillige nieuwsconsumptie door kinderen. Dankzij hun ouders leren kinderen namelijk kritisch nadenken en praten over de actualiteit (Mendoza, 2009; Robinson et al., 2019). Bovendien dragen ze samen met andere sociale factoren bij aan de geloofwaardigheid van het betrouwbare en persoonlijke karakter dat kindernieuws kenmerkt (Notley et al., 2022).

Naast de korte termijngevolgen van ouders die hun kinderen stimuleren om de actualiteit te volgen, treden er ook gunstige gevolgen op lange termijn op. Daaronder valt bijvoorbeeld de bereidheid om zich maatschappelijk te engageren. York en Scholl (2015) stellen namelijk dat ouders een cruciale rol spelen tijdens het socialisatieproces om hun kinderen op te voeden tot politiek en sociaal geëngageerde burgers. Ouders die belang hechten aan de actualiteit en hun kinderen motiveren om die op te volgen, zorgen er bijvoorbeeld voor dat kinderen op latere leeftijd meer geneigd zullen zijn om zich maatschappelijk te engageren (Notley et al., 2022).

2.3.2 School en nieuws

Niet alleen ouders, maar ook scholen oefenen een invloed uit op de socialisatie van kinderen tot toegewijde burgers. Voor kinderen zijn hun leerkrachten bijvoorbeeld de eerstvolgende personen, na hun ouders, waarmee ze zouden praten wanneer ze zich overstuur voelen door nieuwsonderwerpen (Notley et al., 2017). Bijgevolg functioneren leerkrachten in de schoolomgeving ook als rolmodellen voor kinderen. Context scheppen en uitleg geven over gebeurtenissen uit de actualiteit, zijn daarom belangrijke taken van leerkrachten (Hobbs et al., 2011). Verder kunnen ze hun leerlingen motiveren om op kritische wijze naar actualiteitstopics te kijken. Dat kan bijvoorbeeld door hen over alternatieve oplossingen voor gewelddadige conflicten te laten nadenken, of door klasgesprekken aan te gaan over de berichtgeving rondom gevoelige onderwerpen zoals racisme, genderongelijkheid en homofobie (Robinson et al., 2019).

Omdat kinderen cruciale vaardigheden aangeleerd krijgen rondom nieuwsconsumptie op school (Edgerly et al., 2018), is het voordelig om een bewustzijn over die impact te creëren bij leerkrachten. Hobbs (2010) voerde namelijk een grootschalig onderzoek uit naar de impact van het BBC-initiatief 'School Report' op het bewustzijn en de interesses van kinderen in nieuws. Meer concreet deed het

BBC-project dat door kinderen zelf nieuws te laten maken, waardoor ze het nieuwsproductieproces in de praktijk leerden kennen. Naar aanleiding van dat onderzoek stelde de auteur in totaal zeven suggesties voor leerkrachten op. Voorbeelden zijn het stellen van kritische, actualiteitsgerichte vragen aan leerlingen en beseffen dat beide partijen in de leerkracht-leerling verhouding van elkaar kunnen bijleren. Ondanks initiatieven zoals het Vlaamse 'Nieuws in de klas' (Nieuws in de klas, z.d.), zouden nieuwskennis en journalistiek in veel basisscholen toch onderbelichte thema's zijn (Hobbs et al., 2011).

Omdat de sociaal-cognitieve leertheorie (Bandura, 1971; 1986; 2001) stelt dat de sociale omgeving medeverantwoordelijk is voor menselijke leerprocessen, behoren ook de leerkrachten en scholen van kinderen tot die classificatie. Leerkrachten bekleden namelijk een interactieve, representatieve en actieve rol in de klas. Daardoor oefenen ze vaak rechtstreeks een invloed uit op de socialisatie van de kinderen (Rubenstein et al., 2017). Concreet ziet die wisselwerking er als volgt uit: wanneer een leerkracht zegt dat de leerlingen een uitzending van een kindernieuwsprogramma dienen te bekijken in de les, zullen ze dat klassikaal doen. De sociale omgeving beïnvloedt dan het gedrag van de kinderen. Het omgekeerde is ook mogelijk: wanneer een nieuwsbericht uit een kindernieuwsprogramma vragen bij de leerlingen oproept, zal een leerkracht daar bijkomende toelichting over geven (Schunk & Usher, 2019). In dat geval zijn het net de kinderen die het gedrag van hun sociale omgeving bijsturen. Bij die laatste situatieschets dient echter wel de bemerking gemaakt te worden dat onderzoek van De Cock (2012) aantoonde hoe de toelichting van leerkrachten bij extreme nieuwsonderwerpen vaak meer angst en verdriet in de hand werkte bij kinderen. Er was dus een gelijkaardig effect als bij de actieve begeleidende toelichting van ouders terug te vinden. Die bevindingen spreken de socialiserende rol van de rolmodellen echter niet tegen. Het blijft dus interessant om het verband tussen nieuwsconsumptie-attitudes van ouders en leerkrachten te bestuderen voor het nieuwsgebruik van kinderen.

3. Onderzoeksvragen en hypothesen

Hoewel er al heel wat informatie over verzameld is, blijft onderzoek naar nieuws op maat van kinderen gering in de literatuur (English et al., 2019). Kinderen vormen namelijk een moeilijke doelgroep om te bereiken met nieuws. Als antwoord op dat probleem ontstonden er de afgelopen decennia verscheidene kindernieuwsmedia, waaronder het Vlaamse Karrewiet. Eerder stelden onderzoekers al toekomstig onderzoek voor dat op zoek zou gaan naar de link tussen de motivaties en interesses van kinderen met betrekking tot nieuws en de consumptie ervan (York & Scholl, 2015). Dat soort onderzoek kan maatschappelijk gezien interessant zijn om strategieën te ontwikkelen die aanzetten tot nieuwsconsumptie en burgerengagement (van't Riet & Kleemans, 2021). Verder vormt Vlaanderen als onderzoeksgebied op een leemte op zich (Barbier et al., 2015). Dat maakt het interessant om te bestuderen welke beweegredenen kinderen aanzetten om nieuws te consumeren in de Vlaamse context.

Om bovenvermelde leemtes in te vullen, luidt de hoofdonderzoeksvraag van deze studie als volgt: "In welke mate spelen ouders en leerkrachten (scholen) een rol bij de interesses en attitudes van Vlaamse

kinderen tussen tien en twaalf jaar over nieuwsconsumptie?” Hieruit volgen een aantal hypothesen die dieper ingaan op verschillende onderdelen van de onderzoeksvraag. De sociaal-cognitieve leertheorie (Bandura, 1971; 1986; 2001) vormt namelijk een verklaring voor de invloed van ouders en leerkrachten op het gedrag van kinderen (Rubenstein et al., 2017). Voorgaande literatuur toonde aan dat het onder meer de nieuwsconsumptiepatronen van die rolmodellen zijn die het nieuwsgebruik van kinderen al dan niet stimuleren (Notley et al., 2022). Onderstaande hypothesen willen nagaan of er ook in Vlaanderen sprake is van gelijkaardige relaties.

H1: De ingeschatte attitudes van ouders over nieuwsconsumptie spelen een rol bij de motivatie van kinderen om nieuws te consumeren.

H2: De stimulatie van nieuwsconsumptie op school speelt een rol bij de motivatie van kinderen om nieuws te consumeren in de buitenschoolse omgeving.

Naast de hoofdonderzoeksvraag met bijpassende hypothesen, volgen er ook een aantal deelonderzoeksvragen. De eerste deelonderzoeksvraag wil meer informatie verwerven over de interesses van kinderen, en meer specifiek of die interesses al dan niet verschillen afhankelijk van hun geslacht. In de bestaande literatuur is daar namelijk onenigheid over (Conway et al., 1981; Evrard, 1996; Toff & Palmer, 2019). Meerbepaald zouden mannen enerzijds meer interesse tonen in sportnieuws dan vrouwen (Evrard, 1996), en zouden vrouwen anderzijds meer geïnteresseerd zijn in lifestylenieuws (Knobloch-Westernick & Alter, 2007). Het is echter de vraag of gelijkaardige verschillen waarneembaar zijn bij kinderen. Voor de interesse in nieuws over natuur, dieren en het klimaat zou er bijvoorbeeld geen verschil merkbaar zijn tussen jongens en meisjes (Matthews, 2007). Huidig onderzoek wil nagaan of die bevindingen ook in de Vlaamse context waarneembaar zijn. Zo ontstaat de volgende deelonderzoeksvraag: “Bestaat er een verschil op basis van geslacht voor de interesse in verscheidene nieuwsthema’s bij Vlaamse kinderen tussen tien en twaalf jaar?” Hiermee gaat huidig onderzoek in op het verzoek van van’t Riet en Kleemans (2021) om de nieuwsinteresses van kinderen te bestuderen. Daaropvolgend werden onderstaande (deel)hypothesen geformuleerd.

H3: Nieuwsthema’s verkrijgen een verschillende mate aan interesse, afhankelijk van het geslacht van kinderen.

H3a: Jongens zijn meer geïnteresseerd in sportnieuws dan meisjes.

H3b: Jongens en meisjes zijn even geïnteresseerd in nieuws over de natuur en het klimaat.

H3c: Meisjes zijn meer geïnteresseerd in nieuws over beroemdheden dan jongens.

In de tweede en laatste deelonderzoeksvraag, staat het Vlaamse kindernieuwskanaal Karrewiet centraal. Ze luidt namelijk als volgt: “Is kindernieuws van Karrewiet via de televisie en website het populairst om nieuws te consumeren bij Vlaamse kinderen tussen tien en twaalf jaar?” Uit voorgaand onderzoek blijkt namelijk dat nieuwe en sociale media helemaal niet zo populair zijn bij kinderen als klassieke media, zoals de televisie (Lau, 2014; Newman et al., 2021; Notley et al., 2022). Verder consumeren kinderen nieuws dat initieel voor volwassenen bestemd is op de televisie, in nieuwsapps

en via de radio (De Cock & Hautekiet, 2012). Toch is Karrewiet ook nog steeds populair (Lau, 2014), en stijgt het volgersaantal van het jongerennieuwsplatform nws.nws.nws op Instagram. Daaruit ontstonden de twee laatste hypothesen.

H4: Kinderen zijn meer geneigd om kindernieuws (Karrewiet) te consumeren dan jongerennieuws (nws.nws.nws) en volwassenennieuws (nieuwsmedia op televisie, sociale media, radio, krant ...).

H5: Kinderen consumeren nieuws van Karrewiet liever via de televisie en de website dan via sociale media.

4. Methodologie

4.1 Steekproefbeschrijving

4.1.1 Dataverzamelmethode

Om een antwoord te formuleren op de gestelde onderzoeksvragen, hanteerde de huidige studie een online survey-onderzoek. Daarvoor werden elf reguliere basisscholen in Vlaanderen bezocht. Scholen uit het buitengewoononderwijs behoorden dus niet tot die selectie. De bezochte scholen konden op twee mogelijke manieren in de steekproef belanden. De eerste methode was van toepassing op zes scholen die toevalligerwijs in een toevalsteekproef terecht kwamen. Daarom is er sprake van een aselechte steekproef. Meer concreet verliep dat proces als volgt: vooreerst raadpleegde de masterstudent de infoches van verschillende Vlaamse basisscholen op de website van de Vlaamse overheid (Onderwijs Vlaanderen, z.d.). Vervolgens werden er telkens een aantal scholen at random geselecteerd, nadat ze bleken te voldoen aan de vooropgestelde selectiecriteria (zie verder 4.1.3 Steekproefbeschrijving en criteria). Die selectiecriteria bestonden uit het schoolsysteem, de provincie waarin de school zich bevond en of het om een school ging die gelegen was in een stad of een gemeente. Dankzij de contactgegevens van de schooldirecties in de infoches, kregen een veertigtal directies een e-mail toegestuurd. In enkele uitzonderlijke gevallen ontvingen ook leerkrachten uit het vijfde of zesde leerjaar een gelijkaardige e-mail. Dat gebeurde enkel wanneer er e-mailadressen van de leerkrachten op de websites van de geselecteerde scholen terug te vinden waren. Door die methode toe te passen, bleek de kans op een antwoord van directies en leerkrachten aanzienlijk te verhogen. De tweede gehanteerde methode verliep op minder toevallige wijze, aangezien vijf scholen met behulp van persoonlijke contacten gecontacteerd werden. Daarom is er ook sprake van een convenient sample. Over de effectieve samenstelling en kenmerken van de steekproef, volgt later meer in het onderdeel '4.1.3 Steekproefbeschrijving en criteria'.

Voor alle gehanteerde verzamelmethode geldt dat een algemene informatieve e-mail de directies en/of leerkrachten bereikte. In bijlage werd telkens een informatiebrief en toestemmingsformulier voor de ouders toegevoegd, zodat de betrokken actoren meteen op de hoogte waren van alle nodige informatie. De verdere communicatie verliep wederom via e-mail. Nadat de directie en leerkracht(en) instemden met de deelname van hun klas(sen) aan het onderzoek, kregen de leerkrachten de vraag of

ze de eerder bijgevoegde informatiebrief en het toestemmingsformulier met de ouders van de leerlingen wilden delen. Er werd steeds voorgesteld om de informatiebrief op een online platform te delen waarlangs vaker documenten met de ouders gedeeld worden. Zo werd onnodige papierverspilling vermeden. Indien de leerkracht geen communicatieplatform gebruikte, mailde hij/zij de brieven via e-mail naar de ouders door of namen de kinderen de brieven op papier mee naar huis. Het toestemmingsformulier ging altijd op die laatste wijze mee naar huis. Verder werden de leerkrachten steeds verzocht om de leerlingen een herinnering in hun agenda's te laten noteren, zodat ze de toestemmingsbrieven ten laatste op de dag van het contactmoment terug zouden meebrengen. De leerlingen die geen toestemming kregen van hun ouders, of geen toestemmingsformulier bijhadden waren in totaal met 84. Zij namen dus niet deel aan het onderzoek. Er is bijgevolg sprake van een actief ouderlijk toestemmingsproces.

Voor een school uit West-Vlaanderen (Officieel Gesubsidieerd Onderwijs) werd een uitzondering gemaakt, aangezien de leerkracht vergat om de ouders tijdig te informeren. Ze schatte daarom vanuit haar eigen ervaring in dat het actieve toestemmingsproces weinig tot geen deelnemers zou opleveren. Gezien de reistijd en de strikte planning van de masterstudent, werd beslist dat er voor deze school uitzonderlijk sprake zou zijn van passieve ouderlijke toestemming. De leerkracht deelde de informatiebrief en het toestemmingsformulier via e-mail, waaraan ze de beschrijving toevoegde dat ouders waarvan de kinderen niet mochten deelnemen, de e-mail dienden te beantwoorden. Ze gaf verder nog mee waarover het masterproefonderzoek zou gaan, dat er geen namen opgevraagd zouden worden en dat geen antwoord op haar mail impliceerde dat de kinderen mochten deelnemen. De ouders hadden zes dagen de tijd om haar bericht te beantwoorden, maar uiteindelijk werd aan geen enkel kind de toestemming tot deelname ontzegd. Voor deze klas was er dus exceptioneel sprake van passieve ouderlijke toestemming.

Voor alle andere gevallen dienden de ouders expliciete toestemming te geven voor de deelname van hun kind. Het toestemmingsformulier vroeg naar de naam en handtekening van een ouder, respondent en de onderzoeker. Op de voorkant van het formulier stond informatie toegelicht over de ethische aspecten van de studie. De respondenten namen vrijwillig deel aan het onderzoek, aangezien er geen beloning of compensatie tegenover stond. In het midden van de informatiebrief werd ruimte voorzien om een e-mailadres te noteren, wanneer ouder(s) of kind(eren) graag op de hoogte zouden blijven van de resultaten van het onderzoek. Onderaan in de informatiebrief konden de ouders enkele contactgegevens terugvinden van de onderzoekers (promotor en masterstudent) en de Sociaal-Maatschappelijk Ethische Commissie van de KU Leuven (SMEC). Die instantie keurde huidig onderzoek goed (dossiernummer: G-2023-3646-R2).

De respondenten mochten enkele minuten voor hun deelname zichzelf nog (actieve) toestemming geven via een toestemmingsformulier. Daarin kregen ze dezelfde informatie meegedeeld als in de brief aan hun ouders, maar nu enkel met ruimte voor de naam en handtekening van de respondent en de onderzoeker. Alvorens ze de brief zouden ondertekenen, werd er nog mondelinge toelichting gegeven over het onderzoek en hun deelname. Aan alle betrokken partijen werd gegarandeerd dat het volledige onderzoek anoniem zou verlopen, omdat de vragenlijst op geen enkel ogenblik zou vragen naar de

namen van de respondenten. De enige opgevraagde persoonlijke informatie die mogelijk identiteitsonthullend kon zijn, was de geboortedatum van de respondenten. Daarom benadrukte de informatiebrief dat de verzamelde gegevens achteraf gepseudonimiseerd zouden worden, waardoor het onmogelijk zou zijn om de antwoorden van een respondent aan persoonlijke informatie te koppelen. De ondertekende toestemmingsbrieven konden namelijk niet aan de ingevulde gegevens gekoppeld worden.

Minstens een dag voor het effectieve contactmoment, vond de laatste communicatie via e-mail plaats tussen de betrokken leerkracht en de masterstudent. De masterstudent polste dan naar het verloop van het informatieproces naar de ouders toe, en naar het geschatte aantal leerlingen dat zou deelnemen. Ook de URL-link naar de online vragenlijst werd via die weg met de leerkracht gedeeld.

4.1.2 Verloop surveyonderzoek

De effectieve dataverzamelperiode vond plaats tussen 15 en 31 maart 2023. In totaal vervulde 219 respondenten de vragenlijst. Drie respondenten werden uit de steekproef verwijderd, omdat ze jonger (9 jaar) en ouder (13 jaar) waren dan de afgebakende leeftijdscategorie. Zo implementeerde de studie uiteindelijk 216 respondenten die op het moment van afname tien tot twaalf jaar waren. Alle deelnemende respondenten vulden de survey in hun eigen klaslokaal in, waarvoor ze een laptop of Chromebook van de school gebruikten. De vragenlijst werd namelijk via het online platform Qualtrics afgenomen, waartoe ze toegang kregen nadat de leerkracht de URL-link naar de vragenlijst via een schoolplatform (bv. Google Classroom, Smartschool ...) of de leerlingen hun school e-mailadressen deelde. De masterstudent kwam fysiek langs in alle deelnemende klassen, zodat de respondenten steeds vragen konden stellen en/of bezorgdheden konden uiten. Voor respondenten die geen toestemming tot deelname kregen van hun ouders, voorzagen de leerkrachten steeds een andere opdracht. In sommige gevallen zorgden de leerkrachten er voor dat leerlingen die niet deelnamen, zich rustig bezighielden in een andere ruimte. Er werd steeds op toegekeken dat de leerlingen de vragenlijst individueel vervulde.

De vragenlijst (zie bijlagen) bestond uit 21 vragen en duurde gemiddeld 25 minuten. Ze was opgebouwd uit een combinatie van meerkeuze- en schaalvragen. Bij de schaalvragen werden er steeds vijf antwoordopties voorgesteld, aangezien voorgaand onderzoek een maximum aantal van vier à vijf antwoordopties aanraadde voor kinderen rond elf jaar (Bell, 2007). Enkel de laatste vraag (vraag 21 in de vragenlijst) vormde een uitzondering op die regel, omdat ook een zesde optie 'niet van toepassing' in de praktijk een belangrijke antwoordoptie bleek te zijn. De schaalvragen werden steeds gelabeld met een verbale beschrijving en een visuele afbeelding (smiley) die iedere antwoordoptie toelichtte. Door discrete antwoordopties te hanteren, baseert huidig survey-onderzoek zich op voorgaande bevindingen om kwaliteitsvolle resultaten te verwerven (Borgers & Hox, 2000; Borgers et al., 2003; Bell, 2007).

Wanneer alle leerlingen aangaven klaar te zijn met het invullen van de online vragenlijsten, werd hen gevraagd of ze nog vragen hadden, of ze de deelname aan het onderzoek als fijn hadden ervaren en of er nog zaken waren die volgens hen beter hadden gekund. De reacties daarop waren over het

algemeen zeer positief. Voornamelijk de gebruikte illustraties doorheen de survey (smileys bij de antwoordopties, pictogrammen om nieuwsthema's te illustreren ...) konden op heel wat goede feedback rekenen. In een aantal klassen werd de twaalfde vraag als onduidelijk beschreven, waaruit later de beslissing volgde om ze niet in het onderzoek op te nemen (zie 4.2.2 Platformen, emoties en attitude(s) nieuwsconsumptie kinderen). Tot slot werden alle respondenten mondeling bedankt voor hun deelname. De masterstudent nam steeds de toestemmingsformulieren van de ouders en de respondenten mee naar huis, om ze vervolgens op een veilige locatie te bewaren.

4.1.3 Steekproefbeschrijving en criteria

Om de representativiteit van de geselecteerde steekproefeenheden in voldoende mate te kunnen garanderen, werden voor aanvang van de effectieve dataverzamelingsperiode enkele selectiecriteria opgesteld. Aangezien het onderzoek beoogde om Vlaamse kinderen tussen tien en twaalf jaar te bevragen, behoorden alleen reguliere basisscholen uit vijf provincies van het Vlaamse gewest tot de beoogde steekproef. Een totaal van tien scholen hoopte uiteindelijk 200 à 250 respondenten te verzamelen. Per provincie werd een streefdoel van twee scholen opgelegd, waaronder telkens een landelijke (gemeente) en stedelijke (stad). Van die tien scholen zouden er vijf klassen uit het vijfde leerjaar en vijf klassen uit het zesde leerjaar gezocht worden. Voor het geslacht van de participanten streefden de onderzoekers een gelijke verdeling van meisjes en jongens na. Een laatste selectie criterium focust zich tot slot op de onderwijssystemen. Uit de onderwijscijfers van de Vlaamse overheid uit schooljaar 2021-2022 bleek dat een ruime meerderheid van 61.2% van de reguliere basisschoolgaande leerlingen vorig jaar in het Vrij Gesubsidieerd Onderwijs (VGO) zat. In het Officieel Gesubsidieerd Onderwijs (OGO) bevonden zich toen 22.4% van de leerlingen en in het Gemeenschapsonderwijs (GO!) 16.3% (Onderwijs Vlaanderen, 2022). Op basis van die percentages werden enkele quota opgesteld, met het oog op een correcte representatie van ieder systeem. Zo streefde huidig onderzoek uiteindelijk naar een steekproef met zes scholen uit het VGO, twee uit het GO! en twee uit het OGO. Idealiter vonden er in het VGO in alle Vlaamse provincies schoolbezoeken plaats.

In wat volgt komen de cijfers die de effectieve steekproef kenmerken aan bod. In totaal namen er namelijk 219 respondenten deel aan het onderzoek. 216 respondenten onder hen werden effectief in de steekproef opgenomen, nadat ze bleken te voldoen aan het vooropgestelde leeftijds criterium. Van de elf scholen kwamen er zes uit het VGO (59.3% van de respondenten), drie uit het GO! (30.1% van de respondenten) en twee uit het OGO (10.6% van de respondenten). Het doel om in elke provincie een school uit het VGO te bezoeken, werd bereikt. In de provincie Limburg werden er zelfs twee scholen uit dat onderwijssysteem bezocht. Op basis van de Vlaamse onderwijsstatistieken van vorig schooljaar, zijn de scholen uit het OGO ondervertegenwoordigd en de scholen uit het GO! oververtegenwoordigd. Idealiter hadden er dus twee scholen uit het GO! en drie uit het OGO deelgenomen aan het onderzoek. Toch lijkt het weinig waarschijnlijk dat die ommekeer tot sterk verschillende resultaten geleid zou hebben. Zoals beoogd, bevroeg de vragenlijst vijf klassen uit het vijfde leerjaar en vijf uit het zesde leerjaar. Voor een VGO school uit de provincie Antwerpen, een VGO school uit Oost-Vlaanderen en

een GO! school uit Oost-Vlaanderen geldt dat er twee klassen uit hetzelfde studiejaar deelnamen. De elfde school vormde een uitzondering, aangezien die klas uit een volledige derde graad bestond (combinatie vijfde en zesde leerjaar. Een verklaring daarvoor is de Montessori-visie die de school volgt. Twee of drie leerjaren vormen dan samen een heterogene groep, met het oog op een harmonische ontwikkeling voor iedere leerling (Anstadt, 2021).

Er namen 112 leerlingen uit het vijfde leerjaar (51.9%) en 104 leerlingen uit het zesde leerjaar (48.1%) deel aan het onderzoek. In die verdeling zijn ook de leerlingen uit de derde graad van de Montessorischool opgesplitst. Voor het geslacht van de respondenten werd wederom een gelijkmatige verdeling bereikt, met een kleine meerderheid van 109 meisjes (50.5%) tegenover 103 jongens (47.7%). Vier respondenten (1.9%) gaven aan dat ze hun geslacht liever niet meedeelden. Het merendeel van de leerlingen was elf jaar oud op het moment dat de vragenlijst afgenomen werd (47.7%). 39.4% van de respondenten was toen tien jaar, en 13.0% twaalf jaar.

Het grootste aantal, namelijk 60 respondenten, ging naar een basisschool in de provincie Antwerpen (27.8%), gevolgd door 54 respondenten in Oost-Vlaanderen (25.0%) en 38 in Limburg (17.6%). In de provincies West-Vlaanderen (15.3%) en Vlaams-Brabant (14.4%) namen het minste aantal leerlingen deel aan het onderzoek, met een totaal van respectievelijk 33 en 31 respondenten. Ondanks het opvallend lage cijfer, had er in de Vlaams-Brabant wel een gelijk aantal leerlingen in de steekproef kunnen belanden. Er werd in die provincie zelfs een extra derde school bezocht, waardoor het totale aantal leerlingen voor die provincie op 63 leerlingen kon neerkomen. Verder was het de enige provincie waarin elk onderwijssysteem (VGO, GO! en OGO) aan bod kwam. Ondanks de verscheidene pogingen om meer respondenten te bereiken, was het de actieve ouderlijke toestemming die ertoe leidde dat minder dan de helft van de leerlingen effectief deel mocht nemen aan het onderzoek. Diezelfde verklaring dient doorgetrokken te worden naar de rest van de steekproefpopulatie. Het totale aantal respondenten zou in een ideaal scenario 303 bedragen hebben, waarvan slechts twee derde weldegelijk ouderlijke toestemming kreeg (n = 219). De grote meerderheid (169 respondenten) had tot slot ouders die beiden in België geboren waren (78.2%). Dat houdt bijgevolg in dat het aantal deelnemers waarvan een ouder (13 respondenten of 6.0%) of beide ouders (28 respondenten of 13.0%) in een ander land geboren zijn, in de minderheid waren in deze steekproef. 6 respondenten gaven aan liever niet te delen waar hun ouders geboren zijn, of daar niet van op de hoogte te zijn (2.8%).

4.2 Meetinstrumenten

4.2.1 Sociaal-demografische gegevens

Vooraleer de survey (zie bijlage) het effectieve nieuwsgebruik van de respondenten bevroeg, verzamelde ze eerst nog enkele sociaal-demografische en persoonlijke gegevens. Er werd daarbij gepolst naar het geslacht van de respondenten (Jongen (= 1); Meisje (= 2) en dat zeg ik liever niet (= 3)), het leerjaar waarin ze zitten (vijfde leerjaar (= 1) en zesde leerjaar (= 2)) en naar hun leeftijd op het moment van de afname van de vragenlijst (9 jaar (= 1); 10 jaar (= 2); 11 jaar (= 3); 12 jaar (= 4) en 13 jaar (= 5)). Een volgende demografische vraag vroeg naar de provincie waarin de scholen van de respondenten gelegen waren (West-Vlaanderen (= 1); Oost-Vlaanderen (= 2); Antwerpen (= 3); Vlaams-

Brabant (= 4) en Limburg (= 5)). Tot slot bevroeg de survey nog enkele gegevens over de afkomst en het hoogst behaalde diploma van de ouders van de respondenten (lagere school (= 1); middelbare school (= 2); hogeschool (= 3); universiteit (= 4) en dat weet ik niet (= 5)). Omdat kennis van de exacte afkomst van de ouders geen meerwaarde zou bieden aan het onderzoek, werd er enkel gevraagd of de ouders al dan niet in België geboren waren (in België (= 1); één in België, de andere in een ander land (= 2); ze zijn beiden in een ander land geboren (= 3) en dat weet ik niet of zeg ik liever niet (= 4)). Het geslacht en de leeftijd van de respondenten vormen samen met de afkomst van de ouders de controlevariabelen van het analyseproces.

4.2.2 Platformen, emoties en attitude(s) nieuwsconsumptie kinderen

Om te achterhalen via welke platformen de respondenten nieuws consumeren, kregen ze acht antwoordopties voor zich (via de televisie (= 1); via een website en/of app (op de computer/tablet/smartphone) (= 2); via sociale media (= 3); via de radio (= 4); via de krant (= 5); via documentaires (= 6); via een podcast (= 7) en op een andere manier: (= 8)). Bij de achtste antwoordoptie werd een tekstvak toegevoegd, zodat de respondenten zelf een platform konden meedelen indien het niet in de opsomming vermeld stond. Ze hadden bij deze vraag de mogelijkheid om meerdere antwoorden aan te duiden. Voor de opstelling van de antwoordopties vormde tabel 14 van het Apestaartjarenrapport (Vanwynsberghe et al., 2022) de voornaamste inspiratiebron. Omdat de antwoorden in het open tekstvak van de achtste antwoordoptie geen toegevoegde waarde vormden, werd deze buiten beschouwing gelaten voor het opvragen van de beschrijvende statistieken. Om vervolgens een inschatting te kunnen maken over de frequentie waarmee de respondenten ieder platform gebruiken, kregen ze de mogelijkheid om de antwoordopties te rangschikken van meest (= 1) naar minst gebruikt. Het aantal items in deze vraag was afhankelijk van het aantal aangeduide antwoordopties uit de vorige vraag.

Naast de platformen die de respondenten gebruiken om het nieuws te volgen, werd hen ook gevraagd in welke mate ze er al dan niet belang aan hechten om nieuws te consumeren. Ze dienden op die vraag te antwoorden door de stelling aan te duiden die het meest voor hen van toepassing was (Ik volg het nieuws op de voet en ga er zelf naar op zoek (= 1); Ik ga niet zelf op zoek naar het nieuws, maar bekijk het wel wanneer ik het voorbij zie komen (= 2); Ik bekijk het nieuws enkel wanneer er iets belangrijk gebeurd is in de wereld (= 3); Ik volg het nieuws enkel wanneer ik het moet (= 4) en ik kijk/luister nooit naar het nieuws (= 5)). Bij iedere stelling werden enkele toelichtende voorbeelden voorzien die de interpretatie dienden te vergemakkelijken (zie bijlage vragenlijst).

De variabele 'emoties kind' wou nagaan hoe kinderen zich voelen terwijl ze nieuws consumeren. De vraag bestond uit vijf schalen, waarop de respondenten telkens konden aangeven in hoeverre ze zich blij, bang, verdrietig, boos en enthousiast voelen wanneer ze in contact komen met onderwerpen uit de actualiteit. Elke emotie werd gemeten aan de hand van een zelfontworpen vijfpuntenschaal, die telkens varieerde van heel negatief (= 1) naar heel positief (= 5). Een voorbeeld van een zogenaamd positieve emotie was 'blijdschap', waarbij de respondenten konden kiezen tussen de volgende antwoordopties: helemaal niet blij (= 1); niet blij (= 2); soms blij, soms niet blij (= 3); blij (= 4) en heel blij (= 5). Voor de

negatievere emoties, zoals verdriet, werd de verdeling omgedraaid zodat de interpretaties van de assen gelijk zouden lopen (heel verdrietig (= 1); verdrietig (= 2); soms verdrietig, soms niet verdrietig (= 3); niet verdrietig (= 4) en helemaal niet verdrietig (= 5)). Hoewel de schalen interessante bevindingen zouden kunnen opleveren, werd beslist om ze niet op te nemen voor verdere analyses. In de praktijk bleek deze vraag heel wat onduidelijkheden bij de respondenten op te roepen, omdat de verwoording van de hoofdvraag “Hoe voel je je wanneer je naar het nieuws kijkt?” te algemeen geformuleerd was. Daarom werd ze uiteindelijk buiten beschouwing gelaten.

4.2.3 Intrinsieke motivatie nieuwsconsumptie kinderen

De variabele ‘intrinsieke motivatie nieuwsconsumptie kinderen’ werd gemeten aan de hand van een zelfontworpen schaal die uit tien items bestond. De respondenten gaven daarbij aan in welke mate de stellingen op hen van toepassing waren. Een vijfpuntenschaal (klopt helemaal niet voor mij (= 1); klopt niet voor mij (= 2); klopt soms wel, klopt soms niet (= 3); klopt voor mij (= 4) en klopt helemaal voor mij (= 5)) trachtte te achterhalen waarom ze al dan nieuws consumeren. Voorbeelden van stellingen die aan bod kwamen, zijn: ‘Ik vind het belangrijk om te weten wat er in België en in de rest van de wereld gebeurt’ en ‘Ik volg het nieuws niet graag, omdat ik het saai vind’. Een PCA analyse werd uitgevoerd op alle items. Aangezien de factoren correleerden, werd er gekozen voor een analyse door middel van oblique rotatie.

De KMO measure heeft een waarde van .64, waardoor een factoranalyse uitvoeren een goed idee bleek te zijn. De Bartlett’s Test was significant ($p < .001$), dus de nulhypothese die stelde dat er sprake is van een identity matrix kon verworpen worden. 4 factoren hadden een eigenwaarde groter dan 1 die samen 64.2% van de variantie verklaarden. De items die hoog laadden op component 1 (*eigenwaarde* = 2.44, *verklaarde variantie* = 24.4%) verwezen naar een lage intrinsieke motivatie om het nieuws te volgen. Een betrouwbaarheidsanalyse toonde bovendien aan dat de items een betrouwbaar geheel vormden ($\alpha = .64$). Omwille van die reden werden de items (item 5 (.718); item 7 (.799); item 9 (.523) en item 10 (.520)) in een *mean compute commando* samengevoegd, waardoor de nieuwe variabele ‘lage intrinsieke motivatie kind’ ontstond. Hoe hoger er op deze schaal gescoord wordt, hoe minder iemand zich intrinsiek gemotiveerd voelt om nieuws te consumeren. De items die hoog laadden op component 2 (*eigenwaarde* = 1.66, *verklaarde variantie* = 16.5%) verwezen naar de visie dat nieuws te negatief is en bijgevolg positievere onderwerpen zou moeten aansnijden. Slechts twee items (item 3 (.828) en item 8 (.840)) behoorden tot deze component, en een betrouwbaarheidsanalyse toonde een lage onderlinge betrouwbaarheid aan ($\alpha = 0.57$). Voor component 3 (*eigenwaarde* = 1.24, *verklaarde variantie* = 12.4%) kan een gelijkaardige conclusie getrokken worden, aangezien ook hier slechts twee items (item 4 (.88) en item 6 (.68)) werden opgenomen. Het verwees naar de voorkeuren van kinderen om kindernieuws te volgen in plaats van nieuws voor volwassenen, en de betrouwbaarheidsanalyse toonde wederom een lage onderlinge betrouwbaarheid aan ($\alpha = .53$). Ook de vierde en laatste component bestond uit 2 items (item 1 (.80) en item 2 (.83)) met een *eigenwaarde* van 1.07 en een *verklaarde variantie* van 10.7%. Ze verwezen beiden naar de hoge intrinsieke motivatie van kinderen om het nieuws te volgen. Een betrouwbaarheidsanalyse toonde aan dat de items een relatief betrouwbaar geheel vormden ($\alpha = .59$).

Een *mean compute command* werd uitgevoerd, zodat de nieuwe variabele 'hoge intrinsieke motivatie kind' ontstond. Hoe hoger er op deze schaal gescoord werd, hoe meer de respondenten intrinsiek gemotiveerd bleken te zijn om het nieuws te volgen.

Enkel de eerste en vierde component worden gebruikt om het nieuwsgebruik van kinderen, en de motieven die erachter schuilgaan, te meten. De betrouwbaarheid van de volledige schaal, bestaande uit 10 items, was namelijk zeer laag ($\alpha = .50$). Door enkel de items uit component 1 en 4 verder te bestuderen, vertoont de betrouwbaarheid van de tweeledige schaal een lichte stijging naar respectievelijk $\alpha = .64$ en $\alpha = .59$. De schaal 'intrinsieke motivatie nieuwsconsumptie kinderen' bestaat dus uit de schalen 'lage intrinsieke motivatie kind' en 'hoge intrinsieke motivatie kind'. Omdat de tweeledige schaal de afhankelijke variabele zal vormen van de eerste twee hypothesen, worden ze samengenomen in een somschaal die de naam 'intrinsieke motivatie nieuwsconsumptie kinderen' krijgt.

4.2.4 Interesse nieuwsthema's kinderen

Om de specifieke belangstelling van de respondenten voor de actualiteit te achterhalen, werd een schaal gecreëerd die naar hun interesses in een aantal nieuwsthema's polste. Zo ontstond de variabele 'nieuwsthema kinderen' als een zelfontworpen schaal, bestaande uit zeven items met telkens vijf antwoordopties (helemaal niet interessant (= 1); niet interessant (= 2); soms wel, soms niet interessant (= 3); interessant (= 4) en heel interessant (= 5)). Items waarover ze hun oordeel dienden mee te delen, waren de thema's 'geld en economie'; 'sport'; 'natuur en klimaat'; 'beroemdheden'; 'politiek en verkiezingen'; 'wetenschap en technologie' en 'media en cultuur'. Een hoge score op het item 'sport' impliceert hier bijvoorbeeld dat het nieuwsthema 'sport' als (zeer) interessant wordt bevonden. Dezelfde interpretatie geldt voor alle andere nieuwsthema's.

4.2.5 Nieuwsattitudes ouders

De variabele 'invloed nieuwsattitudes ouders' is een zelfontworpen vijfpuntenschaal en wou aan de hand van tien stellingen achterhalen hoe de ouders van de respondenten met de actualiteit omgaan. Aan de hand van een vijfpuntenschaal (klopt helemaal niet (= 1); klopt niet (= 2); klopt soms wel, klopt soms niet (= 3); klopt (= 4) en klopt helemaal (= 5)) werden stellingen bevroegd, zoals 'mijn ouder(s) hebben liever niet dat ik naar het nieuws voor volwassenen kijk' en 'ik hoor mijn ouder(s) wel eens met elkaar of met andere mensen praten over het nieuws'. Op tien items werd een PCA analyse uitgevoerd, waaruit bleek dat ze in grote mate met elkaar correleerden. Omwille van die reden werd er gekozen voor een analyse met oblique rotatie. De KMO measure bedraagt .73, waardoor een factoranalyse uitvoeren een goed idee bleek te zijn. De Bartlett's test was significant ($p < .001$), dus de nulhypothese die stelt dat het om een identity matrix gaat, kon verworpen worden. 3 factoren hadden een eigenwaarde groter dan 1 die samen 57.0% van de variantie verklaarden. Een betrouwbaarheidsanalyse van alle items in deze schaal vertelde dat er sprake is van een lage betrouwbaarheid ($\alpha = .51$).

De items (2 (.777); 3 (.621); 5 (.771); 7 (.627) en 8 (.616)) die hoog laadden op component 1 (eigenwaarde = 2.729, verklaarde variantie = 27.3%) verwezen naar stellingen die een positieve,

aanmoedigende houding van ouders tegenover nieuwsgebruik suggereerden. Een betrouwbaarheidsanalyse toonde aan dat de items samen betrouwbaar waren ($\alpha = .71$), waardoor ze samengevoegd werden aan de hand van een *mean compute commando*. Zo ontstond een nieuwe variabele met de naam 'positieve nieuwsattitude ouders'. Hoe hoger de score op deze schaal, hoe positiever ouders tegenover nieuwsconsumptie staan. De items (4 (.754); 6 (.401); 9 (.766) en 10 (.720)) die hoog laadden op component 2 (*eigenwaarde* = 1.96, *verklaarde variantie* = 19.6%) verwezen dan weer naar een negatieve en afkeurende attitude van ouders om nieuws te consumeren. Een betrouwbaarheidsanalyse toonde dat een combinatie van de items tot een relatief lage betrouwbaarheid leidt ($\alpha = .65$). Een *mean compute commando* creëerde alsnog de variabele 'negatieve nieuwsattitude ouders'. Hoe hoger de score op die variabele, hoe negatiever ouders tegenover nieuwsconsumptie staan.

De items (1 (.854) en 6 (-.499)) die hoog scoren op de derde en laatste component (*eigenwaarde* = 1.01, *verklaarde variantie* = 10.1%) beschreven de openheid van ouders om nieuws te ontvangen door het te volgen, en niet te vermijden. Een betrouwbaarheidsanalyse toonde echter een lage mate van betrouwbaarheid aan ($\alpha = .42$), waardoor de keuze werd gemaakt om geen nieuwe variabele te creëren op basis van die items. Deze component beantwoordt bovendien op inhoudelijk niveau het minst aan de definitie van de 'nieuwsattitude ouders'-schaal. Die schaal bestaat ter conclusie uit de variabelen 'positieve nieuwsattitude ouders' en 'negatieve nieuwsattitude ouders'. Om de analyse van de eerste hypothese te vergemakkelijken, worden beide onderdelen samengenomen in een somschaal die de naam 'nieuwsattitude ouders' krijgt. Voor alle items in deze schaal geldt dat het telkens om een inschatting van het nieuwsgebruik van de respondenten hun ouders gaat. De verzamelde gegevens kunnen dus afwijken van de effectieve attitudes die ouders tegenover nieuwsconsumptie hebben.

4.2.6 Platformen en frequentie (inschatting) nieuwsattitudes ouders

Na de schaalvraag volgden twee vragen met betrekking tot het zichtbare nieuwsgebruik van de ouders van de respondenten. Er werd hen vooreerst gevraagd een inschatting te maken van de frequentie waarmee ze hun ouders nieuws zien consumeren (meerdere keren per dag (= 1); één keer per dag (= 2); een paar dagen per week (= 3); één keer per week (= 4) en nooit (= 5)). De tweede vraag polste vervolgens naar de platformen die de ouders van de respondenten gebruiken om aan nieuwsconsumptie te doen, waarbij dezelfde antwoordopties voorgesteld werden als in de vraag naar de platformen die de respondenten zelf gebruiken (via de televisie (= 1); via een website en/of app (op de computer/tablet/smartphone) (= 2); via sociale media (= 3); via de radio (= 4); via de krant (= 5); via documentaires (= 6); via een podcast (= 7) en op een andere manier: (= 8)). Bij die laatste antwoordoptie kregen de respondenten opnieuw de mogelijkheid om zelf nog platformen te noteren in het tekstvak. Ze konden ook meerdere antwoorden aanduiden. De inspiratie voor de opstelling van de antwoordopties kwam opnieuw uit tabel 14 van het Apestaartjarenrapport (Vanwynsberghe et al., 2022).

4.2.7 Nieuwsgebruik op school

De variabele 'invloed nieuws school' is wederom een zelfontworpen schaal, bestaande uit tien items en vijf antwoordopties. De respondenten antwoordden in dit geval op stellingen met betrekking tot hun nieuwsconsumptie tijdens de lessen op school. Een vijfpuntenschaal (klopt helemaal niet (= 1); klopt niet (= 2); klopt soms wel, klopt soms niet (= 3); klopt (= 4) en klopt helemaal (= 5)) bevroeg items zoals 'mijn leerkracht moedigt ons niet aan om het nieuws te volgen' en 'we krijgen wel eens een opdracht over de actualiteit van onze leerkracht'.

Er volgde een PCA analyse waaruit bleek dat de verdere analyse aan de hand van een orthogonale (Varimax) rotatie uitgevoerd moest worden. De KMO measure bleek een waarde te hebben van .71, waardoor de uitvoering van een factoranalyse een goed idee bleek te zijn. De Bartlett's test bereikte significantie ($p < .001$), zodat de nulhypothese die stelt dat het gaat om een identity matrix verworpen kon worden. De volledige schaal met alle items vertoonde weinig tot geen betrouwbaarheid ($\alpha = .40$). 3 componenten hadden een eigenwaarde groter dan 1 die samen 50.6% van de variantie verklaarden. De eerste component (*eigenwaarde* = 2.55, *verklaarde variantie* = 25.5%) meet de stimulatie van nieuwsconsumptie in de klascontext met item 1 (.835), 2 (.741), 4 (.457) en 5 (-.686)). Een betrouwbaarheidsanalyse toonde aan dat de items onderling een betrouwbaar geheel vormden ($\alpha = .682$). De items werden vervolgens in een *mean compute commando* samengenomen, zodat de nieuwe variabele 'stimulatie nieuwsconsumptie school' ontstond. Om de interpretatie van de resultaten achteraf te vergemakkelijken, werd item 5 gespiegeld. Zo kan geconcludeerd worden dat een hoge score op deze schaal, betekent dat nieuwsconsumptie aangemoedigd wordt in de schoolomgeving.

De tweede component (*eigenwaarde* = 1.44, *verklaarde variantie* = 14.4%) bestaat uit items waarbij nieuwsconsumptie en educatieve doeleinden aan elkaar gekoppeld worden in de klascontext met item 3 (.442), 7 (.549), 8 (.606) en 10 (.721). Een betrouwbaarheidsanalyse toonde aan dat de items een zeer lage mate van onderlinge betrouwbaarheid vertoonden ($\alpha = .44$). De derde component (*eigenwaarde* = 1.05, *verklaarde variantie* = 10.5%) meet alle items die aangeven geen nieuwsconsumptie op school te stimuleren, maar eerder naar de buitenschoolse omgeving te verplaatsen (item 6 (.676) en 9 (.686)). Een betrouwbaarheidsanalyse toonde een lage onderlinge betrouwbaarheid aan ($\alpha = .44$). Omdat de tweede en derde component zulke lage betrouwbaarheid vertonen, worden ze niet opgenomen in de verdere analyses. De items in de schaal 'stimulatie nieuwsconsumptie school' liggen bovendien het meest in lijn met de oorspronkelijke schaal. Om de mogelijke rol van de schoolomgeving bij het nieuwsgebruik van kinderen na te gaan in de tweede hypothese, zal de schaal 'stimulatie nieuwsconsumptie school' gehanteerd worden.

4.2.8 Frequentie nieuwsgebruik op school

Om een inschatting te kunnen maken van nieuwsconsumptie in de schoolomgeving, werd de vraag "Hoe vaak gaat het in jouw klas over de actualiteit?" opgesteld. Aan de hand van vijf antwoordopties (elke dag (= 1); een paar keer per week (= 2); één keer per week (= 3); een paar keer per maand (= 4) en nooit (= 5)) konden de respondenten hun ervaringen meedelen.

4.2.9 Populariteit Karrewiet

De variabele 'populariteit Karrewiet' is opgebouwd aan de hand van de antwoorden op de vraag "Via welk nieuwskanaal volg je het nieuws in je vrije tijd?". Dankzij de antwoordopties (Karrewiet (= 1); nws.nws.nws (= 2); nieuws voor volwassenen (= 3); een ander nieuwskanaal: (= 4) en ik volg het nieuws niet in mijn vrije tijd (= 5)) probeerde de survey informatie te vergaren voor de vierde hypothese van huidig onderzoek. In de derde antwoordoptie 'nieuws voor volwassenen' werd een specifieke beschrijving meegegeven: 'a. op de televisie (Het Journaal, VTM Nieuws ...), b. op sociale media (HLN op TikTok, VRT NWS op Instagram, Het Nieuwsblad op TikTok ...), c. op een ander medium (de radio, de krant ...)'. Voor de vierde antwoordoptie kregen de respondenten opnieuw de mogelijkheid om eigen inbreng mee te delen in een open tekstvak. Ze hadden bovendien de mogelijkheid om meerdere antwoorden aan te duiden.

4.2.10 Attitude Karrewiet

De variabele 'attitude Karrewiet' is een zelfontworpen schaal die uit zes items en zes antwoordopties bestaat. Er werd telkens gepolst naar wat de respondenten van het kindernieuwskanaal Karrewiet vonden (Helemaal niet leuk (= 1); niet leuk (= 2); soms leuk, soms niet leuk (= 3); leuk (= 4); heel leuk (= 5) en niet van toepassing (= 6)). Hun attitudes over items zoals 'Karrewiet op Instagram' en 'Karrewiet op TikTok' werden bevraagd, waardoor de zesde antwoordoptie steeds beschikbaar diende te zijn voor kinderen die geen van die sociale mediaplatformen gebruikten. Ook voor kinderen die geen affiniteit hadden met Karrewiet, bleek deze antwoordoptie een belangrijke vereiste. Naast de platformen waarop Karrewiet bekeken of gevolgd kan worden, polste de schaalvraag ook naar de attitudes van de respondenten tegenover de presentatoren van Karrewiet en kinderen die in het programma verschijnen.

Een PCA analyse van de 6 betrokken items toonde aan dat een analyse door middel van oblique rotatie een goed idee was, aangezien de items voldoende met elkaar correleerden. De KMO measure had een waarde van .78, waardoor de uitvoering van een factoranalyse in orde bleek te zijn. De Bartlett's test bereikte significantie ($p < .001$), waardoor de nulhypothese dat het om een identity matrix gaat verworpen kon worden. De onderlinge betrouwbaarheid van alle items bleek na de uitvoering van een betrouwbaarheidsanalyse zeer hoog te zijn ($\alpha = .81$). 2 componenten hadden een eigenwaarde groter dan 1 die gezamenlijk 69.3% van de variantie verklaarden. De items die hoog laadden op component 1 (*eigenwaarde* = 3.12, *verklaarde variantie* = 51.9%) verwezen naar Karrewiet op televisie (.709) en op de website van Ketnet (.720), met de presentatoren (.783) en kinderen (.847) die er te zien zijn om toelichting te geven. Een betrouwbaarheidsanalyse toonde aan dat die items een betrouwbaar geheel vormden ($\alpha = .79$). Omdat de attitudes over de presentatoren en kinderen in Karrewiet niet van belang zouden zijn voor toekomstige analyses binnen dit onderzoek, werden ze verwijderd uit de sommschaal. Door een *mean compute commando* ontstond de nieuwe variabele 'Karrewiet tv en site'. De items Karrewiet op televisie en internet vormden daarin een betrouwbaar geheel ($\alpha = .76$). Omdat antwoordoptie 6 voor 'niet van toepassing' stond, zouden die resultaten de vlotte interpretatie van de analyses verhinderen. Bijgevolg werd beslist om de zesde antwoordoptie als 'missing' op te geven. Hoe hoger de score op deze variabele, hoe leuker kinderen beide platformen van Karrewiet vinden. Dezelfde

interpretatie geldt voor de variabelen in component 2 (*eigenwaarde* = 1.04, *verklaarde variantie* = 17.3%). Ze kreeg de naam 'Karrewiet sociale media', aangezien bevestigd werd in hoeverre de respondenten Karrewiet op Instagram (.884) en TikTok (.904) leuk vonden. Een betrouwbaarheidsanalyse bewees dat beide items samen een betrouwbaar geheel vormden ($\alpha = .79$). Ook hier wordt de antwoordoptie 'niet van toepassing' buiten beschouwing gelaten. De items 'presentatoren Karrewiet' en 'kinderen aan het woord bij Karrewiet' werden niet verder opgenomen in de analyses.

4.3 Analyses

Voor de analyses van de verzamelde gegevens, werd het statistische programma SPSS (versie 28.0.1) gebruikt. Op alle zelfontworpen schalen die meerdere items gemeten hebben, werd een factor- en betrouwbaarheidsanalyse uitgevoerd. Vervolgens werden de beschrijvende statistieken (gemiddelden, standaarddeviaties en eventuele correlaties) van de betrokken variabelen opgevraagd. De eerste twee hypothesen werden getest aan de hand van een meervoudige lineaire regressieanalyse, met afkomst van de ouders, en de leeftijd en het geslacht van de kinderen als controlevariabelen. De derde hypothese werd bestudeerd aan de hand van een independent T-test. Voor de vierde hypothese werden de percentages van de betrokken variabelen opgevraagd (beschrijvende statistieken) en onderling vergeleken voor een verdere interpretatie. Tot slot werd er nog een one sample T-test uitgevoerd om de vijfde hypothese na te gaan.

5. Resultaten

5.1 Beschrijvende statistieken

In lijn met het recentste Apestaartjarenrapport (Vanwynsberghe et al., 2022), gaven respondenten ook in huidig onderzoek aan dat ze zich intrinsiek gemotiveerd voelen om nieuws te consumeren ($M = 3.36$, $SD = 0.90$). De schaal die items mat met betrekking tot de lage intrinsieke motivatie om nieuws te consumeren ($M = 2.03$, $SD = 0.76$), bevestigt die bevinding. Een samenvoeging van de items tot de somschaal 'intrinsieke motivatie nieuwsconsumptie kinderen', leidt bijgevolg tot een relatief neutraal gemiddelde ($M = 2.69$, $SD = 0.50$). Gemiddeld vertonen ouders een positieve attitude tegenover nieuwsconsumptie ($M = 2.97$, $SD = 0.81$) volgens de respondenten, in vergelijking met de gemiddeld lage negatieve attitudes rondom nieuwsgebruik ($M = 1.73$, $SD = 0.65$). Verder blijkt uit de beschrijvende resultaten dat de respondenten een relatief hoge mate van stimulatie tot nieuwsconsumptie op school ervaren ($SD = 3.02$, $SD = 0.85$). Voor alle resultaten geldt dat ze gemeten werden op een vijfpuntenschaal, tenzij anders aangegeven.

Het nieuwsthema 'sport' werd door de respondenten het leukst gevonden om te consumeren ($M = 3.89$, $SD = 1.24$), gevolgd door 'natuur en klimaat'- onderwerpen in het nieuws ($M = 3.56$, $SD = 1.20$). De thema's 'media en cultuur' ($M = 3.47$, $SD = 1.15$), 'beroemdheden' ($M = 3.46$, $SD = 1.22$) en 'wetenschap

en technologie' ($M = 3.42$, $SD = 1.22$) verkregen een gelijkaardige mate van interesse. Het waren de thema's 'geld en economie' ($M = 2.67$, $SD = 1.12$) en 'politiek en verkiezingen' ($M = 2.50$, $SD = 1.21$) die op het minste interesse van de respondenten moesten rekenen. De bevinding dat sport- en klimaattopics het interessantst zijn, ligt in lijn met resultaten uit voorgaande onderzoeken (Alon-Tirosh & Lemish, 2014; Alon-Tirosh, 2017; Matthews, 2007). Het nieuwsthema 'media en cultuur' correleerde significant met de topics 'natuur en klimaat', 'politiek en verkiezingen', 'beroemdheden', 'wetenschap en technologie' en 'geld en economie'. Uit de correlatieanalyse bleek ook dat het nieuwsthema 'geld en economie' significant met 'beroemdheden', 'politiek en verkiezingen' en 'wetenschap en technologie' correleerde. 'Wetenschap en technologie' correleerde dan weer significant met 'natuur en klimaat' en 'politiek en verkiezingen'. Ook het nieuwsthema 'politiek en verkiezingen' correleerde significant met 'beroemdheden' en 'wetenschap en technologie'. Enkel het nieuwsthema 'sport' bleek met geen enkel ander nieuwsthema op significante wijze te correleren (zie tabel 1).

Tabel 1 Zero-Order Correlaties nieuwsthema's

	Geld en economie	Sport	Natuur en klimaat	Beroemdheden	Politiek en verkiezingen	Wetenschap en technologie	Media en cultuur
Geld en economie	1	.12	.13	.16*	0.31***	.22**	.15*
Sport		1	.08	.07	.05	.06	-.11
Natuur en klimaat			1	.01	.10	.41***	.16*
Beroemdheden				1	.29***	.00	.40***
Politiek en verkiezingen					1	.23***	.27***
Wetenschap en technologie						1	.25***
Media en cultuur							1

* $p < .05$. ** $p < .01$. *** $p < .001$

Verder was Karrewiet op de televisie en de Ketnet-website ($M = 3.60$, $SD = 1.08$) gemiddeld het populairst bij de respondenten, in vergelijking met Karrewiet op sociale media ($M = 2.91$, $SD = 1.21$). Er is sprake van een sterke, positieve en significante correlatie tussen beide variabelen ($r = 0.42$, $p < .001$). Als de beschrijvende statistieken van elk medium afzonderlijk opgevraagd worden, blijkt dat de televisie gemiddeld het populairste medium is om Karrewiet te bekijken ($M = 3.63$, $SD = 1.11$). Vervolgens zijn het de website ($M = 3.59$, $SD = 1.19$) en het TikTok-account ($M = 3.26$, $SD = 1.38$) van het kindernieuwskanaal die gemiddeld het populairst zijn bij de respondenten. Karrewiet op Instagram eindigt op basis van de opgevraagde gemiddelden op de laatste plaats ($M = 2.72$, $SD = 1.22$). De zesde antwoordoptie 'niet van toepassing' werd voor de analyses buiten beschouwing gelaten. Toch is het interessant om mee te delen dat deze optie het meest werd aangeduid bij Karrewiet op Instagram (31.0%) en op TikTok (17.1%). De voornaamste verklaring daarvoor is de leeftijd van de kinderen, die suggereert dat velen onder hen geen accounts op die sociale mediaplatformen hebben.

Tabel 2 Frequenties nieuwsplatformen kinderen

	F	%	Cum %
Televisie	177	34.10	34.10
Website en/of app (op de computer/tablet/smartphone)	78	15.03	49.13
Sociale media	88	16.95	66.08
Radio	114	21.97	88.05
Krant	41	7.90	95.95
Documentaires	10	1.93	97.88
Podcast	11	2.12	100.00
Totaal	519	100.00	100.00

Niet alleen in populariteit, maar ook in frequentie om nieuws te consumeren, scoort de televisie het hoogst (34.1%) bij kinderen (zie tabel 2). Daaropvolgend zijn het de radio (22.0%), sociale media (17.0%) en online nieuwssites en/of nieuwsapps (15.0%) die het meest gebruikt worden. De minst populaire media bij kinderen zijn kranten (7.9%), podcasts (2.1%) en documentaires (1.9%). Gelijkaardige resultaten komen naar boven bij de inschatting die kinderen dienden te maken over de platformen die hun ouders gebruiken om nieuws te consumeren (zie tabel 3). Opnieuw staat de televisie op de eerste plaats (28.4%), gevolgd door online nieuwssites en/of nieuwsapps (20.6%) en de radio (20.1%). Sociale media (15.1%), kranten (10.5%), podcasts (2.8%) en documentaires (2.5%) zijn minder populair bij ouders, aldus de kinderen. Omdat het om een inschatting gaat, kan niet gegarandeerd worden dat deze cijfers overeenkomen met de werkelijke nieuwsconsumptiepatronen van ouders. Eenzelfde bemerking hoort bij de frequentie van het nieuwsgebruik door ouders. Kinderen geven tot slot aan dat er zowel door hun ouders ($M = 2.28$, $SD = 0.97$) als in de klas ($M = 2.71$, $SD = 1.19$) een tot meerdere keren per week tijd wordt besteed aan de actualiteit

Tabel 3 Frequenties nieuwsplatformen ouders

	F	%	Cum %
Televisie	181	28.41	28.41
Website en/of app (op de computer/tablet/smartphone)	131	20.57	48.98
Sociale media	96	15.07	64.05
Radio	128	20.09	84.14
Krant	67	10.52	94.66
Documentaires	16	2.51	97.17
Podcast	18	2.83	100.00
Totaal	637	100.00	100.00

De beschrijvende analyses van enkele socio-demografische variabelen toonden nog aan dat de respondenten gemiddeld elf jaar waren op het moment van de afname van de vragenlijsten ($M = 2.74$, $SD = .67$). Verder blijkt dat minstens een van beide ouders gemiddeld in België geboren is ($M = 1.40$, $SD = .82$) en dat er net iets meer meisjes dan jongens deelnamen aan het onderzoek ($M = 1.51$, $SD = .54$).

5.2 Hypothesetesten

5.2.1 Rol van nieuwsattitudes ouders bij motivatie nieuwsgebruik kinderen

De eerste hypothese van huidig onderzoek beoogt na te gaan in welke mate de ingeschatte nieuwsconsumptie-attitudes van ouders al dan niet een rol spelen bij de motieven om nieuws te consumeren als kind. Om dat te achterhalen, werd een meervoudige lineaire regressieanalyse uitgevoerd. Daaruit blijkt dat de controlevariabelen geboorteland ouders en leeftijd en geslacht van de respondenten geen significante rol spelen bij het nieuwsgebruik van de respondenten ($R = .12$, $R^2 Change = .01$, $F Change (2, 212) = .97$, $p > .05$). De ingeschatte attitudes van ouders tegenover nieuwsconsumptie zijn wel een positieve en significante voorspellers van nieuwsconsumptie bij kinderen ($\beta = .32$, $t = 4.67$, $p < .001$). De variabele verklaart 9.2% van de variantie ($R = .33$, $R^2 Change = .09$, $F Change (1, 211) = 21.81$, $p < .001$). Wanneer de attitudes van ouders opgedeeld worden in positieve ($\beta = .27$, $t = 4.09$, $p < .001$) en negatieve attitudes ($\beta = .18$, $t = 2.76$, $p < .01$) tegenover nieuwsconsumptie, blijkt opnieuw dat beide onderdelen significante voorspellers zijn van nieuwsconsumptie door kinderen. Positieve ouderlijke nieuwsattitudes verklaren 6.1% ($R = .27$, $R^2 Change = .06$, $F Change (3, 211) =$

13.90, $p < .001$) van de variantie, en negatieve ouderlijke nieuwsattitudes 3.2% ($R = .33$, $R^2 \text{ Change} = .03$, $F \text{ Change} (1, 210) = 7.60$, $p < .01$).

Wanneer dezelfde analyses uitgevoerd worden indien de afhankelijke variabele in twee delen opgesplitst is (hoge en lage intrinsieke motivatie nieuwsgebruik kinderen), is een verder toelichting over de gevonden voorspellende rol mogelijk. De positieve attitudes van ouders tegenover nieuwsconsumptie blijken een significante, positieve voorspeller te zijn van de mate waarin kinderen zich meer ($\beta = .47$, $t = 7.58$, $p < .001$) of minder ($\beta = -.20$, $t = -3.04$, $p < .01$) intrinsiek gemotiveerd voelen om nieuws te consumeren. Dezelfde conclusie kan getrokken worden voor de negatieve attitudes van ouders tegenover nieuwsconsumptie, als voorspeller voor een lage intrinsieke motivatie van kinderen om nieuws te consumeren ($\beta = .27$, $t = 4.15$, $p < .001$). De negatieve attitudes zijn er niet toe in staat om hoge intrinsieke motivatie bij kinderen te voorspellen ($\beta = -.02$, $t = -.37$, $p > .05$). De associatie tussen de positieve nieuwsattitudes van ouders en de hoge intrinsieke motivatie om nieuws te consumeren als kind, is in vergelijking met alle andere associaties het sterkst. Ze verklaart bijna 22% (21.8%) van de variantie ($R = .47$, $R^2 \text{ Change} = .22$, $F \text{ Change} (1, 211) = 59.155$, $p < .001$). De positieve ($R = .27$, $R^2 \text{ Change} = .05$, $F \text{ Change} (1, 211) = 11.79$, $p < .001$) en negatieve ($R = .38$, $R^2 \text{ Change} = .07$, $F \text{ Change} (1, 210) = 17.23$, $p < .001$) attitudes van ouders en lage intrinsieke motivatie tot nieuwsconsumptie, verklaren respectievelijk 5% en 7% van de variantie.

De attitudes die ouders volgens hun kinderen hebben over nieuwsconsumptie, zijn dus significante voorspellers van de mate van intrinsieke motivatie die kinderen voelen tegenover nieuwsconsumptie. Positieve ouderlijke nieuwsattitudes zetten aan tot een hogere motivatie om nieuws te consumeren, terwijl negatieve ouderlijke nieuwsattitudes net de motivatie tot nieuwsconsumptie ontraden bij kinderen. Alleen wanneer ouders negatieve attitudes ten aanzien van nieuwsconsumptie vertonen, blijken ze er niet toe in staat te zijn om hoge intrinsieke motivatie tot nieuwsconsumptie te voorspellen. Omdat die bevindingen in lijn liggen met de vooropgestelde hypothese dat de attitudes van ouders tegenover nieuwsconsumptie een rol spelen bij de motieven om nieuws te consumeren als kind, kan gesteld worden dat deze eerste hypothese bevestigd is. De ingeschatte attitudes die ouders hebben tegenover nieuws(gebruik), voorspellen weldegelijk de motivatie tot nieuwsconsumptie bij kinderen.

5.2.2 Rol van nieuwsgebruik op school bij motivatie nieuwsgebruik kinderen

De tweede hypothese stelt dat de stimulatie van nieuwsconsumptie op school een rol speelt bij de motieven van kinderen om buitenschools nieuws te consumeren. Ook voor deze hypothese werd een meervoudige lineaire regressieanalyse uitgevoerd. Daaruit bleek opnieuw dat de controlevariabelen afkomst van de ouders, en de leeftijd en het geslacht van de kinderen geen significante voorspellers zijn voor het nieuwsgebruik van kinderen ($R = .12$, $R^2 \text{ Change} = .01$, $F \text{ Change} (3, 212) = .97$, $p > .05$). De stimulatie van nieuwsgebruik op school is geen significante voorspeller van nieuwsconsumptie bij kinderen ($\beta = .04$, $t = .56$, $p > .05$). De variabele verklaart slechts 0.1% van de totale variantie ($R = .12$, $R^2 \text{ Change} = .00$, $F \text{ Change} (1, 211) = .31$, $p > .05$). Bij een opdeling van kinderen met een hoge en lage intrinsieke motivatie om nieuws te consumeren, blijkt nieuwsgebruik op school dan weer wel een

significante voorspeller te zijn van zowel hoge ($\beta = .26, t = 3.82, p < .001$) als lage ($\beta = -.26, t = -3.81, p < .001$) intrinsieke motivatie om nieuws te consumeren. Ze verklaren respectievelijk 6.5% ($R = .26, R^2 \text{ Change} = .07, F \text{ Change} (1, 211) = 14.61, p < .001$) en 6.3% ($R = 0.29, R^2 \text{ Change} = 0.06, F \text{ Change} (1, 211) = 14.54, p < .001$) van de variantie. Uit de resultaten blijkt dus dat nieuws op school een significante voorspeller is van een hogere dan wel een lagere motivatie om nieuws te consumeren als kind. Het verschil met de samengestelde schaal 'nieuwsgebruik op school' is mogelijks te wijten aan de samenstelling van de schaal. Een factoranalyse had namelijk gesuggereerd dat er best geen somschaal van de variabelen opgesteld werd. Om een oordeel te vellen over deze hypothese, kunnen beide schalen best afzonderlijk gebruikt worden in de analyse. Op die manier is ook de tweede hypothese van huidig onderzoek bevestigd. Nieuwsconsumptie op school is dus weldegelijk een voorspeller van kinderlijke nieuwsconsumptie in hun vrije tijd (buitenschoolse omgeving).

5.2.3 Verschillen in interesses nieuwsthema's op basis van geslacht

De derde hypothese gaat na of nieuwsthema's meer populariteit verwerven afhankelijk van het geslacht van een kind. De drie deelhypothesen stelden dat: a. 'sportnieuws' populairder is bij jongens dan bij meisjes, b. nieuwsonderwerpen over 'natuur en klimaat' door jongens en meisjes als even leuk bevonden worden en c. nieuws over 'beroemdheden' populairder is bij meisjes dan bij jongens. Om die hypothesen te testen, werd een independent T-test uitgevoerd. Daaruit bleek dat jongens ($M = 4.30, SD = 1.10$) sportnieuws gemiddeld leuker vinden dan meisjes ($M = 3.50, SD = 1.24$). Dat verschil is bovendien significant ($t(210) = -4.998, p < .001$). De eerste deelhypothese is daarmee bevestigd. De tweede deelhypothese stelde dat het nieuwsonderwerp 'natuur en klimaat' even leuk gevonden zou worden door jongens als door meisjes. Uit een independent T-test blijkt dat jongens ($M = 3.56, SD = 1.23$) net iets meer interesse vertonen in 'natuur en klimaat' dan meisjes ($M = 3.54, SD = 1.19$). Dat geringe verschil was niet significant ($t(210) = -.131, p > .05$). Jongens en meisjes blijken het nieuwsthema 'natuur en klimaat' dus even leuk te vinden. Hiermee is ook de tweede deelhypothese bevestigd. De derde en laatste deelhypothese wou nagaan of meisjes het nieuwsthema 'beroemdheden' significant leuker zouden vinden dan jongens. Gemiddeld vertoonden meisjes ($M = 3.63, SD = 1.17$) meer interesse in het thema dan jongens ($M = 3.28, SD = 1.27$). Beide gemiddelden verschilden significant van elkaar ($t(210) = 2.098, p < .05$).

Bijgevolg kan geconcludeerd worden dat het nieuwsthema 'beroemdheden' populairder is bij meisjes dan bij jongens. Zo is ook de laatste deelhypothese bevestigd. Uit de resultaten van de independent T-test blijkt dat er voor enkele topics weldegelijk een populariteitsverschil op basis van geslacht waargenomen kan worden. Voor een ander nieuwsthema was er, zoals voorspeld, dan weer geen significant verschil waarneembaar op basis van het geslacht van de kinderen. Zo is de derde hypothese van huidig onderzoek bevestigd.

5.2.4 Populariteit kindernieuws versus jongeren- en volwassenennieuws

In de vierde hypothese wordt gesuggereerd dat kinderen eerder kindernieuws (Karrewiet) consumeren dan jongerennieuws (nws.nws.nws) en volwassenennieuws (alle nieuwsmedia op televisie, sociale media, radio, krant ...). Uit de beschrijvende statistieken blijkt dat Karrewiet (41.9%) en volwassenennieuws (41.6%) in zo goed als gelijke mate geraadpleegd worden door kinderen om nieuws te consumeren. Het jongerennieuwskanaal nws.nws.nws op Instagram is dan weer beduidend minder populair (6.7%). Minder dan een tiende van de respondenten gaf tot slot aan geen nieuws te consumeren in hun vrije tijd (9.8%). Uit de cijfers kan geconcludeerd worden dat jongerennieuws het minst populair is bij kinderen, maar dat er geen verschil in populariteit bestaat tussen kinder- en volwassenennieuws. Omwille van die reden kan de vierde hypothese slechts gedeeltelijk bevestigd worden. Kindernieuws is populairder dan jongerennieuws, maar voor volwassenennieuws kan dat verschil niet geobserveerd worden.

5.2.5 Populariteit nieuwsplatformen Karrewiet

De vijfde en laatste hypothese van huidig onderzoek stelt dat de uitzendingen van Karrewiet op televisie en de website van het kindernieuwskanaal populairder zijn bij kinderen dan Karrewiet op sociale media. Om die hypothese te testen, werd een one sample T-test uitgevoerd. Kinderen volgen Karrewiet significant liever via de televisie en website ($M = 3.60$, $SD = 1.08$, $t(182) = 45.17$, $p < .001$) dan via sociale media ($M = 2.91$, $SD = 1.21$, $t(137) = 28.13$, $p < .001$). Wanneer alle media afzonderlijk bestudeerd worden, blijkt de televisie nog steeds het populairste medium te zijn om kindernieuws te consumeren ($M = 3.63$, $SD = 1.11$, $t(198) = 46.15$, $p < .001$). Ook nu is de website van Karrewiet op Ketnet ($M = 3.59$, $SD = 1.19$, $t(190) = 41.55$, $p < .001$) het op een na populairste medium bij kinderen, gevolgd door Karrewiet op TikTok ($M = 3.26$, $SD = 1.38$, $t(174) = 31.35$, $p < .001$). De respondenten lijken het Instagram-account van Karrewiet tot slot het minst graag te gebruiken om zich te informeren ($M = 2.72$, $SD = 1.22$, $t(144) = 26.97$, $p < .001$). Deze resultaten bevestigen dat kinderen het liefst kindernieuws consumeren via de televisie en/of website. Dat doen ze significant liever dan via sociale media. Hiermee is ook de vijfde en laatste hypothese bevestigd.

6. Discussie

Ouders en leerkrachten fungeren als rolmodellen in de directe sociale omgeving van kinderen om attitudes en gedragingen over te nemen, aldus de sociaal-cognitieve leertheorie van Bandura (Bandura, 1971; 1986; 2001; Rubenstein et al., 2017; Janse, 2018). Die conclusie kan doorgetrokken worden naar de nieuwsconsumptiepatronen van kinderen (Notley et al., 2022). Bijgevolg zou huidig onderzoek achterhalen of de thuis- en schoolomgeving van kinderen een rol spelen bij de vrijwillige nieuwsconsumptie van Vlaamse tien- tot twaalfjarigen. Hoewel er reeds heel wat onderzoek is uitgevoerd naar nieuwsconsumptiemotieven-, patronen en interesses van volwassenen (Edgerly, 2022; Goyanes, 2014; Knobloch-Westerwich & Alter, 2007), blijven kinderen een onderbelichte onderzoekspopulatie (English et al., 2019; York & Scholl, 2015). Met de specifieke keuze voor

Vlaanderen als onderzoeksgebied, probeert huidig onderzoek een consistente leemte in de literatuur op te vullen (Barbier et al., 2015).

In de eerste hypothese werd verondersteld dat de ingeschatte attitudes van ouders over nieuwsconsumptie een rol spelen bij de motivatie van kinderen om zelf nieuws te consumeren. Die hypothese werd bevestigd. Positieve ouderlijke nieuwsattitudes voorspellen de hoge of lage intrinsieke motivatie om nieuws te consumeren als kind. Negatieve ouderlijke nieuwsattitudes voorspellen enkel een lage intrinsieke motivatie. Die voorspellende rol trad niet op bij hoge intrinsieke motivatie. Kinderen die aangeven dat hun ouders negatief zouden staan tegenover nieuwsconsumptie, voelen zich bijgevolg niet sterk gemotiveerd om zelf nieuws te consumeren. Die resultaten liggen in lijn met de voorgaande literatuur, waarin gesteld wordt dat minderjarigen vaker intrinsiek dan extrinsiek gemotiveerd zijn om nieuws te consumeren (Vanwynsberghe et al., 2022). Huidig onderzoek draagt aan die bevinding bij door de rol van ouders bij die intrinsieke motivatie van kinderen te bestuderen. Hiermee is aangetoond dat de gepercipieerde nieuwsattitudes- en consumptiepatronen van ouders doorslaggevend zijn voor de duurzame interesse van kinderen in nieuws (Conway et al., 1981; Edgerly et al., 2018, Notley et al., 2022; York & Scholl, 2015). Dankzij hun ouders leren ze bovendien om over nieuws te communiceren en reflecteren (Mendoza, 2009; Robinson et al., 2019). Ouders fungeren dus ook voor nieuwsconsumptie als rolmodellen, waarvan hun gedragingen en attitudes door observatoren geanalyseerd, geïnternaliseerd en uiteindelijk geïmiteerd worden (Bandura, 2001; Edgerly et al., 2018).

Voor de tweede hypothese valt een gelijkaardige conclusie te trekken. Die wou namelijk nagaan of de stimulatie van nieuwsgebruik op school een rol speelt bij de motivatie van kinderen om nieuws te consumeren in de buitenschoolse omgeving. Ook deze tweede hypothese werd bevestigd. Hoe meer kinderen aan nieuws worden blootgesteld in een schoolcontext, hoe meer ze de neiging zullen hebben om het in hun vrije tijd te consumeren (hoge intrinsieke motivatie). Minder stimulatie tot nieuwsconsumptie door leerkrachten op school, werkt bijgevolg minder nieuwsconsumptie in de buitenschoolse context in de hand (lage intrinsieke motivatie). Uit die bevindingen blijkt dat de impact van leerkrachten als socialiserende rolmodellen niet te onderschatten valt (Rubenstein et al., 2017; Bandura, 1986; 2001). Niet alleen stimulatie, maar ook het geven van toelichting en het aanzetten tot kritisch nadenken zijn belangrijke taken die leerkrachten op zich dienen te nemen (Hobbs et al., 2011; Robinson et al., 2019; Schunk & Usher, 2019). Hiermee is voor leerkrachten en ouders als rolmodellen de doorslaggevende kracht van hun gedragingen en (gepercipieerde) attitudes aangetoond, met de sociaal-cognitieve leertheorie als leidraad.

De derde hypothese werd drieledig geformuleerd, met telkens een opsplitsing op basis van het geslacht van de kinderen. De hoofdhypothese stelde dat de nieuwsthema's in kwestie meer, minder of evenveel populariteit zouden verwerven afhankelijk van het geslacht van kinderen. Voorgaande literatuur toonde namelijk aan dat er verschillen in nieuwsinteresses waarneembaar zijn voor het geslacht van volwassenen en kinderen (Evrard, 1996; Knobloch-Westerwick & Alter, 2007). De eerste deelhypothese luidde dat jongens meer geïnteresseerd zijn in sportnieuws dan meisjes. Die hypothese werd bevestigd. Jongens en volwassen mannen neigen namelijk opvallend meer naar prestatiegerichte nieuwsonderwerpen wanneer ze nieuws consumeren. Sportnieuws vormt daar een van de opvallendste

onderdelen van (D'Haenens et al., 2004; Evrard, 1996; Knobloch-Westerwick & Alter, 2007; Toff & Palmer, 2019). Jongens tussen tien en twaalf jaar zijn dus voornamelijk geïnteresseerd in sportnieuwsonderwerpen. De tweede deelhypothese stelde dat jongens en meisjes evenveel interesse zouden tonen in nieuwsthema's over natuur en klimaat. Ook die hypothese werd bevestigd. Dieren, natuur en klimaat worden door jongens en meisjes als belangrijke nieuwsonderwerpen aanzien, waardoor ze dat soort nieuws willen consumeren (Matthews, 2007). Er werd daarom verondersteld dat er geen verschil waarneembaar zou zijn voor de interesses van jongens en meisjes in het nieuwsthema. Die stelling blijkt correct te zijn. De laatste deelhypothese ging er tot slot vanuit dat meisjes meer geïnteresseerd zijn in nieuwstopics over beroemdheden dan jongens. Uit de literatuur blijkt namelijk dat vrouwen meer geïnteresseerd zijn in interpersoonlijke nieuwsonderwerpen, waaronder lifestyle, gezondheid en entertainment (Rao & Taboada, 2021). Beroemdheden vormen daar een onderdeel van. Deze studie toont bijgevolg aan dat de resultaten voor nieuwsinteresses van meisjes in lijn liggen met die van volwassen vrouwen (Knobloch-Westerwick et al., 2006; Toff & Palmer, 2019). Ter conclusie blijkt uit deze bevindingen dat er voor sommige nieuwsinteresses weldegelijk verschillen op basis van geslacht bestaan, en voor anderen niet.

De vierde hypothese beweerde dat kinderen meer geneigd zouden zijn om kindernieuws te consumeren, dan jongeren- en volwassenennieuws. Deze hypothese werd gedeeltelijk bevestigd. De deelnemende kinderen gaven in huidig surveyonderzoek namelijk aan dat ze beduidend minder jongerennieuws consumeren dan kindernieuws. Voor volwassenennieuws was er weinig tot geen populariteitsverschil met kindernieuws merkbaar. Bij jongerennieuws werd in de vragenlijst rechtstreeks verwezen naar de Instagrampagina nws.nws.nws van de Vlaamse openbare omroep (VRT). Die voorziet jongeren van nieuwsinformatie met een jeugdige insteek. Tijdens het dataverzamelingsproces stelden een heleboel respondenten vragen over "wat nws.nws.nws precies inhield". In combinatie met de lage frequentie waarmee het Instagramnieuwsplatform als antwoordoptie gekozen werd, bleek het merendeel van de kinderen nws.nws.nws (nog) niet te gebruiken als nieuwsbron. De geringe hoeveelheid kinderen die aangaven in het bezit te zijn van een Instagramaccount, vormt daar een mogelijke verklaring voor. Maar liefst een derde van de respondenten duidde namelijk de antwoordoptie 'niet van toepassing' aan bij de vraag die polste naar de populariteit van Karrewiet op Instagram. Toekomstig onderzoek zou de effectieve cijfers van kinderen tussen tien en twaalf jaar die in het bezit zijn van een Instagramaccount kunnen bevragen. Op die manier zou er naar een meer gedetailleerde verklaring voor de lage populariteit van nieuws op Instagram bij kinderen gezocht kunnen worden.

Voor kinder- en volwassenennieuws bestond er echter geen verschil in populariteit, waardoor dat deel van de vierde hypothese niet bevestigd kon worden. Daarmee sluit deze studie zich aan bij voorgaand onderzoek, en stelt het dat kinderen ondanks het bestaan van kindernieuws sterk neigen naar de consumptie van volwassenennieuws (De Cock & Hautekiet, 2012, Vanwynsberghe et al., 2022). Daarbij spelen hun ouders een doorslaggevende rol. Kinderen hebben namelijk de neiging om samen met hun ouders naar televisie- en nieuwsprogramma's te kijken (Pasquier et al., 1998). Het is echter wel zo dat de inhoud van kindernieuwskanalen speciaal op kindermaat gemaakt zijn, zodat ze alle informatie op zorgzame en beschermende wijze overbrengen (Alon-Tirosh, 2017). Het zou verder gunstig zijn voor de sociale ontwikkeling en kennisverwerking van een kind om kindernieuws te consumeren (Alon-

Tirosh, 2017; Carter, 2022). Voor rolmodellen, zoals ouders en leerkrachten, kan het dus gunstig zijn om kinderen aan te zetten tot de consumptie van kindernieuws.

De vijfde en laatste hypothese stelde dat kinderen eerder geneigd zijn om Karrewiet via de televisie en website te volgen, dan via sociale media. Ook deze hypothese werd bevestigd. Voorgaande literatuur toonde aan dat de televisie niet alleen het populairste, maar ook het meest accurate en betrouwbare medium blijft voor kinderen (Carter et al., 2021; De Cock & Hautekiet, 2012; Lau, 2014). Ze blijken dan weer minder op zoek te gaan naar nieuws via het internet, en nog veel minder via sociale media (Newman et al., 2021; Notley & Dezuanni, 2019; Notley et al., 2022). Die bevindingen liggen in lijn met de resultaten van huidig onderzoek. De televisie-uitzendingen van Karrewiet kunnen nog steeds op de hoogste graad van populariteit rekenen bij kinderen, samen met Karrewiet op de Ketnet-website (VRT). De sociale media-accounts van het kindernieuwskanaal zijn daarentegen veel minder populair bij Vlaamse kinderen tussen tien en twaalf jaar. Zoals reeds eerder vermeld werd, zijn kinderen minder prominent aanwezig op Instagram dan op andere platformen. Dat vormt een verklaring voor de lage populariteit die Karrewiet op Instagram kenmerkt. Kinderen verkiezen dus inderdaad om nieuws van Karrewiet via de televisie en website te consumeren, eerder dan via sociale media.

6.1 Bijdrage aan bestaande literatuur

Door een antwoord te bieden op de geformuleerde hypothesen, trachtte huidig onderzoek op verscheidene manieren een meerwaarde aan de bestaande literatuur te bieden. Meer specifiek beantwoordt de keuze voor Vlaanderen als afgebakend onderzoekslandschap aan de vraag om er meer onderzoek uit te voeren (Barbier et al., 2015). Op die manier kon ook de interesse in Karrewiet als kindernieuwskanaal van de Vlaamse openbare omroep (VRT) in detail bestudeerd worden. Door de populariteit van Karrewiet via verschillende platformen te vergelijken, vond de studie gelijkenissen met de bestaande literatuur en voegde ze er tegelijkertijd een unieke bijdrage aan toe. Zo blijft de televisie het belangrijkste kanaal om kindernieuws tot bij kinderen te brengen, ondanks het digitale tijdperk waarin ze vandaag leven. Verder is ze erin geslaagd om voorgaande bevindingen over geslachtsgerelateerde nieuwsinteresses van volwassenen te vertalen naar die van kinderen, met duidelijke gelijkenissen tot resultaat. Bovendien is nieuws voor jongeren een onderbelicht onderzoekstopic, aangezien er in de literatuur weinig informatie over te vinden is. Dat geldt echter niet voor volwassenennieuws, waardoor de implementatie van zowel jongeren- als volwassenennieuws in vergelijking met kindernieuws een interessante toevoeging leverde aan de bestaande literatuur.

Tot slot bevestigt huidig onderzoek dat ouders en leerkrachten weldegelijk als rolmodellen functioneren voor de stimulatie van nieuwsgebruik in een Vlaamse context. Op die manier dragen ze bij tot de socialisatie van maatschappelijk geëngageerde burgers die de toekomst en het voortbestaan van een democratie (in)direct stimuleren (Davies et al., 2013; Notley et al., 2022; York & Scholl, 2015). Daarom hoopt huidig onderzoek ouders warm te maken om hun kinderen aan te zetten tot de consumptie van (kinder)nieuws. Hetzelfde geldt voor de behandeling van actualiteitsonderwerpen door leerkrachten in de klascontext. Ze blijven namelijk onderbelicht (Hobbs et al., 2011), waardoor beleidsmakers de implementatie van nieuws in leerplannen en lessenspakketten als een prioriteit horen te beschouwen.

De verdere ontwikkeling van een initiatief zoals 'Nieuws in de klas' (z.d.) kan daarvoor een mogelijke verwezenlijking bieden in de praktijk.

6.2 Beperkingen en aanbevelingen vervolgonderzoek

Hoewel huidig onderzoek gedetailleerde criteria opstelde voor de selectie van alle steekprofeenheden, stootte het toch op enkele beperkingen. Zo bevatte de steekproef een ondervertegenwoordiging van scholen uit het Officieel Gesubsidieerd Onderwijs (OGO), en een oververtegenwoordiging van scholen uit het Gemeenschapsonderwijs (GO!). Op basis van de officiële statistieken nam het onderzoek idealiter twee scholen uit het GO! en drie uit het OGO op. Die aantallen waren in realiteit omgekeerd. Voor toekomstig onderzoek zou het dus een meerwaarde bieden om de vooropgestelde criteria te bewaken, zodat de percentages effectief met elkaar overeenkomen. Een tweede beperking is de opvallend grote respondentenuitval. De voornaamste reden daarvoor is de actieve toestemmingsprocedure die ouders moesten doorlopen, alvorens ze hun kind lieten deelnemen aan het onderzoek. Toekomstig onderzoek overweegt best passieve ouderlijke toestemming, ondanks de nadelen die het met zich meebrengt. Mits de hulp van de leerkrachten in de scholen, zouden ouders voldoende geïnformeerd moeten zijn over het bestaan van het onderzoek en de voorafgaande passieve toestemmingsprocedure. Ongeveer een derde van de geselecteerde steekproefpopulatie kon niet deelnemen aan de studie, wegens de toestemmingprocedure. Het ging in de meerderheid van de gevallen om kinderen die expliciet geen toestemming tot deelname kregen, maar ook vaak om 'onschuldige' situaties (ouders die de brief vergaten te ondertekenen of kwijt hadden gespeeld, leerlingen die de brief thuis waren vergeten ...).

Ook bij de opgestelde vragenlijst horen een aantal bemerkingen. Zo zou toekomstig onderzoek in de vraagstelling en antwoordopties meer rekening moeten houden met kinderen waarvan de ouders gescheiden zijn. Ook voor kinderen met (g)een/meerdere ouder(s) zouden de vragenlijsten naar genuanceerder taalgebruik moeten streven. Huidig onderzoek streefde dat al na, maar uit de mondelinge vragen van een aantal kinderen bleek dat er bijvoorbeeld een opdeling per (plus)ouder moet zijn. Zo kan er voor ieder van hen een inschatting over nieuwsconsumptie-attitudes gemaakt worden. Dat is voornamelijk interessant om meer te weten te komen over de prominente verschillen in nieuwsgebruik tussen verschillende ouders. Hoe die inclusiviteit in de praktijk verwezenlijkt kan worden, en of het een expliciete meerwaarde aan de inhoud van dit onderzoek had geboden, is echter onduidelijk.

Verder kan er nog een belangrijke bemerking geplaatst worden bij de derde antwoordoptie van de voorlaatste vraag uit de vragenlijst (vraag twintig). Er wordt daar namelijk een gedetailleerde beschrijving gegeven van wat 'nieuws voor volwassenen' inhoudt, maar die beschrijving is veel breder dan die van kinder- en jongerennieuws (respectievelijk Karrewiet en nws.nws.nws). Voor toekomstig onderzoek zou het daarom gepaster zijn om alle antwoordopties van volwassenennieuws afzonderlijk te voorzien, zodat hun populariteit per medium gemeten kan worden. Op basis van huidig onderzoek kan bijvoorbeeld een hypothese geformuleerd worden die stelt dat 'kinderen sneller geneigd zijn om volwassenennieuws via de televisie te consumeren, in plaats van via sociale mediaplatformen'.

Bovendien polste de studie niet naar de frequenties waarmee kinderen nieuws consumeren, maar wel naar dat van hun ouders en in de klascontext. Het had een absolute meerwaarde geboden indien niet alleen de attitudes, maar ook de frequentie waarmee kinderen nieuws consumeren opgevraagd werden. Op die manier had het onderzoek na kunnen gaan hoe de nieuwsconsumptiefrequenties van leerkrachten en ouders een rol kunnen spelen bij die van kinderen. Daarnaast zou het voor vervolgonderzoek interessant zijn om ook ouders en/of leerkrachten te betrekken bij de dataverzameling. Dat kan door huidig kwantitatief onderzoek bijvoorbeeld te combineren met kwalitatieve diepte-interviews met ouders en leerkrachten, of door hen surveyvragen voor te leggen. Op die manier zou het onderzoek niet alleen meer steunen op de inschatting van ouderlijke attitudes door kinderen, maar vergaart het ook rechtstreekse informatie van de ouders en leerkrachten zelf.

Vraag twaalf uit de vragenlijst bood de mogelijkheid om interessante conclusies te trekken over de gerapporteerde emoties van kinderen rondom hun nieuwsconsumptie. Toch werd beslist om de vraag niet op te nemen voor verdere analyses. Het ging namelijk om een zelfontworpen schaal die wou polsen naar de emoties die kinderen tijdens hun nieuwsconsumptie ervaren (vreugde, angst, verdriet, woede en interesse). De vraag was echter te breed en algemeen geformuleerd, waardoor ze voor heel wat kinderen onduidelijk bleek te zijn. In quasi elke school werd er naar verduidelijking gevraagd, waardoor de vraag niet verder in het onderzoek opgenomen werd. Het is echter wel zo dat ze bij een betere formulering mogelijks tot veelbelovende resultaten had kunnen leiden. Bijgevolg specificeert vervolgonderzoek het best naar vragen over specifieke (thema)gebeurtenissen ('nieuws over oorlogen', 'nieuws over sport' ...), waarbij telkens een aantal emoties gemeten worden op een schaal.

Verder zou het voor toekomstig onderzoek interessant zijn om een gelijkaardige studie uit te voeren bij kinderen uit het buitengewoon onderwijs. Door die doelgroep te implementeren, zou het onderzoek uniek zijn in zijn soort. Onderzoek naar nieuwsconsumptie bij kinderen komt namelijk al niet frequent voor, waardoor onderzoek naar nieuwsconsumptie bij kinderen uit het buitengewoon onderwijs een sterk onderbelichte leemte zou opvullen. Een andere suggestie voor toekomstig onderzoek betreft de rol van presentatoren en kinderen rondom de interesses in Karrewiet. Huidige studie polste er al naar in de surveyvragenlijst, maar ging er niet verder op in. Mits een diepgaandere bevraging, zou vervolgonderzoek op zoek kunnen gaan naar de rol van presentatoren en kinderen voor hun interesses in kindernieuws. Een laatste suggestie voor vervolgonderzoek gaat in op de desinteresses van kinderen in nieuws. Een tiende van de kinderen uit huidig onderzoek gaf namelijk aan geen nieuws te consumeren in hun vrije tijd. Het is dus mogelijks interessant om na te gaan of er sprake is van nieuwsvermijdingsgedrag op jonge leeftijd en wat de onderliggende redenen daarvoor kunnen zijn. In lijn daarmee zou de omgang van ouders en leerkrachten met fake news en de invloed daarvan op de attitudes van kinderen, ook een interessant onderzoeksonderwerp vormen.

7. Conclusie

Deze masterproef onderzocht de rol van ouders en de schoolomgeving voor het nieuwsgebruik van Vlaamse kinderen tussen tien en twaalf jaar. Meer specifiek werd er tussen 15 en 31 maart 2023 een online surveyonderzoek in elf Vlaamse, reguliere basisscholen uitgevoerd. In totaal bestond de steekproef uit 219 leerlingen die op dat moment in het vijfde en het zesde leerjaar zaten. De antwoorden van 216 respondenten onder hen werden effectief in de analyse opgenomen. Uit de resultaten blijkt dat de attitudes van ouders en leerkrachten over nieuwsconsumptie weldegelijk meer of minder stimulerend zijn voor de intrinsieke motivaties van kinderen om nieuws te consumeren. Verder blijken jongens meer geïnteresseerd te zijn in sportnieuws, en meisjes eerder in nieuws over beroemdheden. Jongens en meisjes hebben wel evenveel belangstelling voor nieuwsonderwerpen over de natuur en het klimaat. Het kindernieuwsmerk Karrewiet is beduidend populairder bij kinderen dan het jongerennieuwskanaal nws.nws.nws op Instagram. Maar dat verschil is niet waarneembaar bij nieuws voor volwassenen. Tot slot blijft de televisie het medium bij uitstek voor kinderen om naar Karrewiet te kijken, gevolgd door de website van Karrewiet op Ketnet.be. Karrewiet op sociale media is dan weer veel minder populair.

8. Literatuurlijst

- Alon-Tirosh, M. (2017). Children and news: Opinions of children's news program creators in Israel. *Journal of Children and Media*, 11, 132-146. <http://dx.doi.org/10.1080/17482798.2017.1302489>
- Alon-Tirosh, M., & Lemish, D. (2014). "If I was making the news": What do children want from news. *Participations: Journal of Audience & Reception Studies*, 11, 108–129. Geraadpleegd op 10 december 2022, van <https://silo.tips/download/if-i-was-making-the-news-what-do-children-want-from-news>
- Anstadt, R. (2021, 29 september). *Wat is het onderwijsconcept van montessori?* Onderwijsconsument. Geraadpleegd op 7 april 2023, van <https://www.onderwijsconsument.nl/montessori/#:~:text=Montessori%20is%20een%20onderwijsconcept%20voor,met%20reguliere%20taal%2D%20en%20rekenmethodes>
- Bandura, A. (1971). *Social learning theory*. New York City: General Learning Press. Geraadpleegd op 21 december 2022, van http://www.asecib.ase.ro/mps/Bandura_SocialLearningTheory.pdf
- Bandura, A. (1986). Social foundations of thought and action: A social cognitive theory. In D. Marks (Ed.). *The Health Psychology Reader* (pp. 94-106). Sage. Geraadpleegd op 21 december 2022, van [https://books.google.be/books?hl=nl&lr=&id=PdY9o3I5vpYC&oi=fnd&pg=PA94&dq=Bandura,+A.+\(1986\).+Social+foundations+of+thought+and+action:+A+social+cognitive+theory.+Englewood+Cliffs,+NJ:+Prentice+Hall.&ots=uGhTvQ3icM&sig=t0QtOIMhWnUJkjxXCTuVE9IYD9o](https://books.google.be/books?hl=nl&lr=&id=PdY9o3I5vpYC&oi=fnd&pg=PA94&dq=Bandura,+A.+(1986).+Social+foundations+of+thought+and+action:+A+social+cognitive+theory.+Englewood+Cliffs,+NJ:+Prentice+Hall.&ots=uGhTvQ3icM&sig=t0QtOIMhWnUJkjxXCTuVE9IYD9o)
- Bandura, A. (2001). Social cognitive theory: An agentic perspective. *Annual Review of Psychology*, 52, 1-26. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.52.1.1>
- Barbier, S., Loosveldt, G., & Carton, A. (2015). *Het surveyklimaat in Vlaanderen: Een analyse op basis van de SCV-surveys* (Rapport 2015-5). KU Leuven, Centrum voor Sociologisch Onderzoek. Geraadpleegd op 21 december, van <https://publicaties.vlaanderen.be/view-file/18697>
- Bell, A. (2007). Designing and testing questionnaires for children. *Journal of Research in Nursing*, 12, 461-469. <https://doi.org/10.1177/1744987107079616>
- Boer, M., Stevens, G. W. J. M., Finkenauer, C., de Looze, M. E., & van den Eijnden, R. J. J. M. (2021). Social media use intensity, social media use problems, and mental health among adolescents: Investigating directionality and mediating processes. *Computers in Human Behavior*, 116, 1-17. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106645>
- Borgers, N., & Hox, J. (2000). *Reliability of responses in questionnaire research with children*. (A technical report). Cologne, Germany. Geraadpleegd op 6 april 2023, van <https://www.joophox.net/papers/p021704.pdf>

- Borgers, N., Hox, J., & Sikkel, D. (2003). Response quality in survey research with children and adolescents: The effect of labelled response options and vague quantifiers. *International of Public Opinion Research*, 15, 83–94. <https://doi.org/10.1093/ijpor/15.1.83>
- Buijzen, M., van der Molen, J. H. W., & Sondij, P. (2007). Parental mediation of children's emotional responses to a violent news event. *Communication Research*, 34, 212-230. <https://doi.org/10.1177/0093650206298070>
- Cantor, J., & Nathanson, A. I. (1996). Children's fright reactions to television news. *Journal of Communication*, 46, 139-152. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1996.tb01510.x>
- Carter, C., Davies, M. M., Allan, S., & Mendes, K. (2009). *What do children want from the BBC? Children's content and participatory environments in an age of citizen media* [Rapport]. The Cardiff School of Journalism, Media and Cultural Studies. Geraadpleegd op 7 december 2022, van https://www.academia.edu/16015485/What_Do_Children_Want_from_the_BBC_Children_s_Content_and_Participatory_Environments_in_an_Age_of_Citizen_Media
- Carter, C., Steemers, J., & Davies, M. M. (2021). Why children's news matters: The case of CBBC Newsround in the UK. *Communications*, 46, 352-372. <https://doi.org/10.1515/commun-2021-0048>
- Carter, C. (2022). Children's citizenship and the news. In D. Lemish (Ed.). *The Routledge International Handbook of Children, Adolescents and Media* (pp. 285-293). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003118824>
- Comer, J. S., Weiner, C. L., Furr, J. M., Beidas, R. S., & Kendall, P. C. (2008). Children and terrorism-related news: Training parents in coping and media literacy. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 76, 568-578. <https://doi.org/10.1037/0022-006X.76.4.568>
- Davies, M. M., Carter, C., Allan, S., & Mender, K. (2013). News, children and citizenship: User generated content and the BBC's Newsround website. In S. Popple, & H. Thornham (Eds.). *Content Cultures* (pp. 15-40). I.B. Tauris & Co. Geraadpleegd op 30 november 2022, van https://www.academia.edu/2282288/News_Children_and_Citizenship_User_Generated_Content_and_the_BBC_s_Newsround_Website?source=swp_share
- DeBoer, J. (2022). Meer aandacht voor kinderen met ontwikkelingsvoorsprong. *Management Kinderopvang*, 28, 52-53. <https://doi.org/10.1007/s41190-022-1068-z>
- De Cock, R. (2012). Mediating Flemish children's reactions of fear and sadness to television news and its limitations. *Journal of Children and Media*, 6, 485-501. <http://dx.doi.org/10.1080/17482798.2012.740414>
- De Cock, R., & Hautekiet, E. (2012). Children's news online: Website analysis and usability study results (the United Kingdom, Belgium, and the Netherlands). *Journalism and Mass Communication*, 2, 1095-1105. Geraadpleegd op 11 mei 2023, van <https://lirias.kuleuven.be/retrieve/223694>

- De Cock, R., & Hautekiet, E. (2013). Uitgetest: Nieuwssites voor kinderen. Een usability studie en site analyse (Karrewiet, NOS Jeugdjournaal en BBC Newsround). In S. Mertens (Red.). *Perspectieven op internationale journalistiek* (pp. 131-146). Academia Press.
- D'Haenens, L., Jankowski, N., & Heuvelman, A. (2004). News in online and print newspapers: Differences in reader consumption and recall. *New Media & Society*, 6, 363-382. <https://doi.org/10.1177/146144480404252>
- Dhoest, A., & Te Walvaart, M. (2018). Convergence and participation in children's television the case of Flemish public service television. In Lowe, G. F., Van den Bulck, H., & Donders, K. (Eds.). *Public service media in the networked society* (pp. 245-257). Nordicom, University of Gothenburg. Geraadpleegd op 8 december 2022, van <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1535654/FULLTEXT01.pdf>
- Donders, K., & Van den Bulck, H. (2020). Universality of public service media and preschool audiences: The choice against a dedicated television channel in Flanders. In P. Savage, M. Medina, & G. F. Lowe (Eds.). *Universalism in public service media* (pp. 49-67). Nordicom, University of Gothenburg. Geraadpleegd op 5 december 2022, van <http://norden.diva-portal.org/smash/get/diva2:1535629/FULLTEXT01.pdf>
- Edgerly, S., Thorson, K., Thorson, E., Vraga, E. K., & Bode, L. (2018). Do parents still model news consumption? Socializing news use among adolescents in a multi-device world. *New Media & Society*, 20, 1263-1281. <https://doi.org/10.1177/1461444816688451>
- Edgerly, S. (2022). The head and heart of news avoidance: How attitudes about the news media relate to levels of news consumption. *Journalism*, 23, 1828-1845. <https://doi-org.kuleuven.e-bronnen.be/10.1177/14648849211012922>
- English, P., Barnes, R., Fynes-Clinton, J., & Stewart, L. (2019). Children's news in Australia: Content for young readers in Crinkling News. *Journal of Children and Media*, 13, 73-88. <https://doi.org/10.1080/17482798.2018.1547777>
- Evard, M. (1996). Children's interests in news: On-line opportunities. *IBM Systems Journal*, 35, 417-430. Geraadpleegd op 14 december 2022, van <https://www.proquest.com/scholarly-journals/childrens-interests-news-on-line-opportunities/docview/222417672/se-2>
- Goyanes, M. (2014). News overload in Spain: The role of demographic characteristics, news interest, and consumer paying behavior. *Profesional de la Informacion*, 23, 618-624. <http://dx.doi.org/10.3145/epi.2014.nov.09>
- Gripsrud, J. (2002). *Understanding media culture*. Hodder Arnold. Geraadpleegd op 30 november 2022, van <https://open.lib.umn.edu/mediaandculture/>

- Hawley, E. (2022). Transformation or simplification: The production of environmental knowledge in children's news. In: E. Hawley (Ed.). *Environmental communication for children: Media, young audiences, and the more-than-human world. Palgrave studies in media and environmental communication* (pp. 65-94). Palgrave Macmillan, Cham.
https://doi.org/10.1007/978-3-031-04691-9_3
- Hobbs, R., Cohn-Geltner, H., & Landis, L. (2011). Views on the news media: Literacy empowerment competencies in the elementary grades. In C. Von Feilitzen, U. Carlsson, & C. Bucht (Eds.). *New questions, new insights, new approaches. Contributions to the research forum at the world summit on media for children and youth 2010. The International Clearinghouse on Children, Youth and Media* (pp. 43-55). Nordicum, University of Gotheburg. Geraadpleegd op 21 december 2022, van https://www.academia.edu/download/66954059/Yearbook_2011.pdf#page=45
- Janse, B. (2018). *Sociale leertheorie*. Toolshero. Geraadpleegd op 19 december 2022, van <https://www.toolshero.nl/effectiviteit/sociale-leertheorie/>
- Kleemans, M., & Tamboer, S. L. (2022). Consolation strategies in children's television news: A longitudinal content analysis. *Journalism Practice*, 16, 2202-2220.
<https://doi.org/10.1080/17512786.2021.1901600>
- Knobloch-Westerwick, S., Brück, J., & Hastall, M. R. (2006). The gender news use divide: Impacts of sex, gender, self-esteem, achievement, and affiliation motive on German newsreaders' exposure to news topics. *Communications*, 31, 329-345.
<https://doi.org/10.1515/COMMUN.2006.021>
- Knobloch-Westerwick, S., & Alter, S. (2007). The gender news use divide: Americans' sex-typed selective exposure to online news topics. *Journal of Communication*, 57, 739-U183.
<https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2007.00366.x>
- Lau, H. Y. (2015). Cultivation effects of television broadcasting and online media. In: W. Ma, A. Yuen, J. Park, W. Lau, L. Deng. (Eds.). *New media, knowledge practices and multiliteracies* (pp. 13-22). Springer. https://doi.org/10.1007/978-981-287-209-8_2
- Matthews, J. (2007). Creating a new(s) view of the environment: How children's news offers new insights into news form, imagined audiences and the production of environmental news stories. *Journalism*, 8, 428-448. <https://doi.org/10.1177/1464884907078658>
- Mcleod, S. (2023, 9 mei). *Albert Bandura's social learning theory*. Simply Psychology. Geraadpleegd op 11 mei 2023, van <https://www.simplypsychology.org/bandura.html>
- Mendoza, K. (2009). Surveying parental mediation: Connections, challenges and questions for media literacy. *Journal of Media Literacy*, 1, 28-41. <https://doi.org/10.23860/jmle-1-1-3>

- Nabavi, R. T., & Bijandi, M. S. (2012). Bandura's social learning theory & social cognitive learning theory. *Theories of Developmental Psychology (e-journal)*, 1-23. Geraadpleegd op 13 mei 2023, van https://www.researchgate.net/publication/267750204_Bandura's_Social_Learning_Theory_Social_Cognitive_Learning_Theory
- Neumann, M. M., Park, E., Soong, H., Nichols, S., & Selim, N. (2022). Exploring the social media networks of primary school children. *Education*, 3-13, 1-15. <https://doi-org.kuleuven.e-bronnen.be/10.1080/03004279.2022.2144404>
- Nieuws in de klas. (z.d.). Waarom nieuws in de klas? Geraadpleegd op 21 december 2022, van <https://www.nieuwsindeklas.be/wat-is-nieuws-in-de-klas/doel-van-nieuws-in-de-klas/>
- Notley, T., Dezuanni, M., Zhong, H. F., & Howden, S. (2017). *News and Australia's children: How young people access, perceive and are affected by the news* [Rapport]. Sydney: Crinkling News, Western Sydney University and Queensland University of Technology. Geraadpleegd op 21 december 2022, van <http://apo.org.au/node/120076>
- Notley, T., & Dezuanni, M. (2019). Advancing children's news media literacy: Learning from the practices and experiences of young Australians. *Media, Culture & Society*, 41, 689 – 707. <https://doi.org/10.1177/0163443718813470>
- Notley, T., Zhong, H. F., Dezuanni, M., & Gilbert, S. (2022). Comparing children's and teens' news engagement practices and affective news experiences. *Journal of Youth Studies (e-journal)*. <https://doi.org/10.1080/13676261.2022.2053667>
- Onderwijs Vlaanderen. (2022). *Excel (16.0)*. [Schoolbevolking in het voltijds basis- en secundair onderwijs naar onderwijsniveau en soort schoolbestuur, 21ALG03 - rij 9]. Vlaams ministerie van onderwijs en vorming. Geraadpleegd op 6 april 2023, van https://data-onderwijs.vlaanderen.be/documenten/bestanden/01_I_overzicht_2122.xlsx
- Onderwijs Vlaanderen. (z.d.). *Vestigingsplaatsen van scholen gewoon lager onderwijs*. Geraadpleegd op 2 juni 2023, van <https://data-onderwijs.vlaanderen.be/onderwijsaanbod/bao/lijst?hs=211>
- Pasquier, D., Buzzi, C., d'Haenens, L., & Sjöberg, U. (1998). Family lifestyles and media use patterns. An analysis of domestic media among Flemish, French, Italian and Swedish children and teenagers. *European Journal of Communication*, 13, 503-519. <https://doi-org.kuleuven.e-bronnen.be/10.1177/0267323198013004004>
- Rao, P., & Taboada, M. (2021). Gender bias in the news: A scalable topic modelling and visualization framework. *Frontiers in Artificial Intelligence*, 4, 1-18. <https://doi.org/10.3389/frai.2021.664737>
- Robinson, K. H., Diaz, C. J., Townley, C. (2019). Constructions of knowledge and childhood: Addressing current affairs with children with a focus on parents' practices and children's news media. *Contemporary Issues in Early Childhood*, 20, 324-336. <https://doi.org/10.1177/1463949119888483>

- Rubenstein, L. D., Ridgley, L. M., Callan, G. L., Karami, S., & Ehlinger, J. (2017). How teachers perceive factors that influence creativity development: Applying a Social Cognitive Theory perspective. *Teaching and Teacher Education*, *70*, 100-110. <https://doi.org/10.1016/j.tate.2017.11.012>
- Schunk, D. H., & Usher, E. L. (2019). Social cognitive theory and motivation. In R. M. Ryan (Ed.), *The Oxford Handbook of Human Motivation* (pp. 11-26). Oxford University Press.
Geraadpleegd op 21 december 2022, van https://books.google.be/books?hl=nl&lr=&id=j9ShDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA11&dq=teacher+social+cognitive+theory&ots=loLI1dW26j&sig=CiYv1RvplrfYvCHvFsfH5JjhXsc&redir_esc=y#v=onepage&q=teacher%20social%20cognitive%20theory&f=false
- Tigges, B. B. (2003). Parental consent and adolescent risk behavior research. *Journal of Nursing Scholarship*, *35*, 283-289. <https://doi.org/10.1111/j.1547-5069.2003.00283.x>
- Toff, B., & Palmer, R. A. (2019). Explaining the gender gap in news avoidance: “News-is-for-men”. Perceptions and the burdens of caretaking. *Journalism Studies*, *20*, 1563-1579. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2018.1528882>
- Vanwynsberghe, H., Joris, G., Waeterloos, C., Anrijs, S., Vanden Abeele, M., Ponnet, K., De Wolf, R., Van Ouytsel, J., Van Damme, K., Vissenberg, J., D'Haenens, L., Zenner, E., Peters, E., De Pauw, S., Frissen, L., & Schreuer, C. (2022). *Onderzoeksrapport Apestaartjaren: De digitale leefwereld van kinderen en jongeren* (rapport 2022). Gent: Mediaraven. Geraadpleegd op 10 december 2022, van <https://www.apestaartjaren.be/>
- Van Den Bulck, H. (2001). Public service television and national identity as a project of modernity: The example of Flemish television. *Media, Culture and Society*, *23*, 53–70. <https://doi.org/10.1177/016344301023001003>
- Van't Riet, J., & Kleemans, M. (2021). What drives selection of online children's news articles. *Journalism*, *24*, 1-16. <https://doi.org/10.1177/14648849211010157>
- Wallis, R., & Buckingham, D. (2016). Media literacy: The UK's undead cultural policy. *International Journal of Cultural Policy*, *25*, 188-203. <https://doi.org/10.1080/10286632.2016.1229314>
- Watts, R. J., Williams, N. C., & Jagers, R. J. (2003). Sociopolitical development. *American Journal of Community Psychology*, *31*, 185–194. <https://doi.org/10.1023/A:1023091024140>
- York, C., & Scholl, R. M. (2015). Youth antecedents to news media consumption: Parent and youth newspaper use, news discussion, and long-term news behavior. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, *92*, 681-699. <https://doi.org/10.1177/1077699015588191>

9. Bijlage

9.1 Vragenlijst

Vraag 1: Wat is de datum van vandaag? datum

Vraag 2: Ben je een jongen of een meisje? geslacht

- Jongen (1)
- Meisje (2)
- Dat zeg ik liever niet (3)

Vraag 3: Op welke dag ben je geboren? geboortedatum

Vraag 4: Hoe oud ben je momenteel? leeftijd

- 9 jaar (1)
- 10 jaar (2)
- 11 jaar (3)
- 12 jaar (4)
- 13 jaar (5)

Vraag 5: In welk leerjaar zit je nu? leerjaar

- Vijfde leerjaar (1)
- Zesde leerjaar (2)

Vraag 6: In welke provincie ga je naar school? school

- West-Vlaanderen (1)
- Oost-Vlaanderen (2)
- Antwerpen (3)
- Vlaams-Brabant (4)
- Limburg (5)



Moest je het niet zo goed weten, dan kan de kaart hierboven je misschien verderhelpen. Anders mag je het altijd aan de onderzoeker of je leerkracht vragen.

Vraag 7: Waar zijn je ouder geboren? afkomst_ouders

- In België (1)
- Eén in België, de andere in een ander land (2)
- Ze zijn beiden in een ander land geboren (3)
- Dat weet ik niet of dat zeg ik liever niet (4)

Vraag 8: Wat is het hoogste diploma dat je ouders behaald hebben? opleidingsniveau_ouders

- Lagere school (1)
- Middelbare school (2)
- Hogeschool (3)
- Universiteit (4)
- Dat weet ik niet (5)

Vraag 9: Via welke platformen volg je het nieuws? Je mag meerdere antwoorden aanduiden. platform_kind

- Via de televisie (1)
- Via een website en/of app (op de computer / tablet / smartphone) (2)
- Via sociale media (3)
- Via de radio (4)
- Via de krant (5)
- Via documentaires (6)
- Via een podcast (7)
- Op een andere manier: (8)

Vraag 10: Welke van die platformen gebruik je het meest om het nieuws te volgen? platform_freq_kind

Rangschik je antwoorden van 1 (= meest gebruikt) naar 8 (= minst gebruikt). Als je niets hebt bij 'op een andere manier' hoeft je daar geen cijfertje bij te zetten.

- Via de televisie (1)
- Via een website en/of app (op de computer / tablet / smartphone) (2)
- Via sociale media (3)
- Via de radio (4)
- Via de krant (5)
- Via documentaires (6)
- Via een podcast (7)

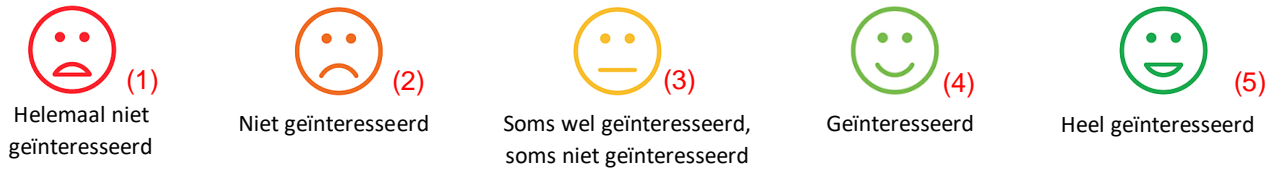
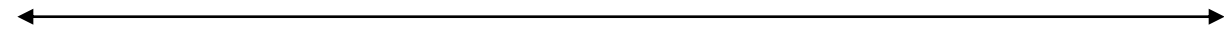
Op een andere manier: (8)

Vraag 11: Hoe belangrijk vind je het zelf om het nieuws te volgen? Duid de uitspraak aan die het meest bij jou past. *attitude_kind*

- Ik volg het nieuws op de voet en ga er zelf naar op zoek
(Bijvoorbeeld: Ik zoek de website/app van Karrewiet op, ik lees de krant, ik kijk na school naar Karrewiet ...) (1)
- Ik ga niet zelf op zoek naar het nieuws, maar bekijk het wel wanneer ik het voorbij zie komen.
(Bijvoorbeeld: Ik kijk naar het nieuws als mijn familie ernaar kijkt, ik bekijk het nieuws als er een melding op mijn smartphone / tablet / computer over verschijnt, ik kijk naar Karrewiet als het net voor mijn favoriete programma komt ...) (2)
- Ik bekijk het nieuws enkel wanneer er iets belangrijk gebeurd is in de wereld.
(Bijvoorbeeld: de Olympische Spelen, een terroristische aanslag, het WK Voetbal, het Eurovisiesongfestival ...) (3)
- Ik volg het nieuws enkel wanneer ik het moet.
(Bijvoorbeeld: Mijn juf/meester wilt dat we naar het nieuws kijken voor een taak of toets, mijn ouders vinden dat ik naar het nieuws moet kijken ...) (4)
- Ik kijk/luister nooit naar het nieuws.
(Bijvoorbeeld: Ik klik Karrewiet weg wanneer ik het voorbij zie komen, ik praat liever niet over het nieuws, ik volg geen nieuwskanalen op sociale media ...) (5)

Vraag 12: Hoe voel je je wanneer je naar het nieuws kijkt? Sleep het bolletje naar het antwoord dat het meest bij jou past. *emoties_kind*

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Helemaal niet blij	Niet blij	Soms wel blij, soms niet blij	Blij	Heel blij
←-----→				
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Heel bang	Bang	Soms wel bang, soms niet bang	Niet bang	Helemaal niet bang
←-----→				
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Heel verdrietig	Verdrietig	Soms wel verdrietig, soms niet verdrietig	Niet verdrietig	Helemaal niet verdrietig
←-----→				















Vraag 13: Waarom volg je het nieuws wel of niet? Duid telkens het bolletje aan dat het meest bij jou past.

motieven




	 (1)	 (2)	 (3)	 (4)	 (5)
	Klopt helemaal niet voor mij	Klopt niet voor mij	Klopt soms wel, klopt soms niet	Klopt voor mij	Klopt helemaal voor mij
Ik vind het belangrijk om te weten wat er in België en in de rest van de wereld gebeurt. motieven_1	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik wil graag kunnen meepraten met familie en/of vrienden wanneer ze het over een onderwerp uit het nieuws hebben. motieven_2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik vind dat er veel negatieve onderwerpen in het nieuws komen. motieven_3	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik volg het nieuws van Karrewiet liever dan het nieuws voor volwassenen. motieven_4	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik volg het nieuws niet graag, omdat ik het saai vind. motieven_5	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik vind nieuws dat door andere kinderen uitgelegd wordt interessanter dan nieuws dat door volwassenen uitgelegd wordt. motieven_6	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik volg het het nieuws, omdat ik het moet van mijn ouder(s)/leerkracht(en). motieven_7	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik zou graag meer positief nieuws horen en lezen. motieven_8	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik vind dat nieuws alleen iets voor volwassenen is. motieven_9	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik vind het niet leuk om het nieuws te horen of lezen. motieven_10	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Vraag 14: Welke nieuwsthema's vind je interessant? Duid telkens het bolletje aan dat het meest bij jou past.

thema

					
	Helemaal niet interessant	Niet interessant	Soms wel, soms niet interessant	Interessant	Heel interessant
 Geld en economie thema_1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
 Sport thema_2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
 Natuur en klimaat thema_3	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
 Beroemdheden thema_4	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
 Politiek en verkiezingen thema_5	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
 Wetenschap en technologie thema_6	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
 Media en cultuur thema_7	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Vraag 15: Denk aan je ouder(s) terwijl je onderstaande stellingen leest. Duid telkens het antwoord aan dat volgens jou het meest klopt. invloed_ouders

					
	Klopt helemaal niet	Klopt niet	Klopt soms wel, klopt soms niet	Klopt	Klopt helemaal
Thuis staat het nieuws een paar keer per week op. invloed_ouders_1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mijn ouder(s) vragen wel eens wat ik van een gebeurtenis in het nieuws vind en/of hoe ik me erbij voel. invloed_ouders_2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik hoor mijn ouder(s) wel eens met elkaar of met andere mensen praten over het nieuws. invloed_ouders_3	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mijn ouder(s) hebben liever niet dat ik naar het nieuws voor volwassenen kijk. invloed_ouders_4	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

- Als er bij mij thuis over het nieuws gepraat wordt, praat ik wel eens mee.
invloed_ouders_5
- Mijn ouder(s) of opvoeder(s) klikken meestal het nieuws weg wanneer ze het zien of horen.
invloed_ouders_6
- Mijn ouder(s) of opvoeder(s) willen graag dat ik naar Karrewiet kijk.
invloed_ouders_7
- Als ik vragen heb over gebeurtenissen uit het nieuws, dan kan ik daar met mijn ouder(s) over praten.
invloed_ouders_8
- Mijn ouder(s) of opvoeder(s) vinden het nieuws niets voor kinderen.
invloed_ouders_9
- Mijn ouder(s) of opvoeder(s) vinden het nieuws te negatief.
invloed_ouders_10

Vraag 16: Als je een inschatting zou moeten maken van het nieuwsgebruik van je ouder(s), hoe vaak denk je dan dat ze het nieuws volgen? Weet je dat niet zo goed? Geen probleem! Duid het antwoord aan dat volgens jou het meest correct is. **freq_ouders_insch**

- Meerdere keren per dag (1)
- Eén keer per dag (2)
- Een paar dagen per week (3)
- Eén keer per week (4)
- Nooit (5)

Vraag 17: Via welk(e) platform(en) zie je jouw ouder(s) het nieuws volgen? Je mag meerdere antwoorden aanduiden. **platform_ouders**

- Via de televisie (1)
- Via een website en/of app (op de computer / tablet / smartphone) (2)
- Via sociale media (3)
- Via de radio (4)
- Via de krant (5)
- Via documentaires (6)
- Via een podcast (7)
- Op een andere manier: (8)

Vraag 18: Denk aan jouw klas terwijl je onderstaande stellingen leest. Duid telkens het antwoord aan dat volgens jou het meest klopt. *invloed_school*



In mijn klas wordt er elke week wel eens over het nieuws gepraat. *invloed_school_1*

1 2 3 4 5

Mijn leerkracht maakt tijd vrij om uitleg te geven over gebeurtenissen uit het nieuws. *invloed_school_2*

Volgens mijn leerkracht kunnen leerlingen best niet naar het nieuws kijken. *invloed_school_3*

In de lessen wordt er een link gelegd tussen onze leerstof en gebeurtenissen in het nieuws. *invloed_school_4*

In onze klas wordt er niet echt over het nieuws gepraat. *invloed_school_5*

We krijgen wel eens een opdracht over de actualiteit van onze leerkracht. *invloed_school_6*

Als we in de klas over het nieuws gepraat hebben, wil ik er vaak thuis ook nog eens over praten. *invloed_school_7*

Mijn leerkracht zegt wel eens dat we thuis naar Karrewiet moeten kijken. *invloed_school_8*

Mijn leerkracht moedigt ons niet aan om het nieuws te volgen. *invloed_school_9*

Ik vind dat er in mijn klas te weinig aandacht naar het nieuws gaat. *invloed_school_10*

Vraag 19: Hoe vaak gaat het in jouw klas over de actualiteit? *freq_school_insch*

- Elke dag (1)
- Een paar keer per week (2)
- Eén keer per week (3)
- Een paar keer per maand (4)
- Nooit (5)

Vraag 20: Via welk nieuwskanaal volg je het nieuws in je vrije tijd? Je mag meerdere antwoorden aankruisen.

nieuwskanaal_kind

- Karrewiet (1)
- nws.nws.nws (2)
- Het nieuws voor volwassenen (3)
 - Op de televisie (Het Journaal, VTM Nieuws ...)

Op sociale media (HLN op TikTok, VRT NWS op Instagram, Het Nieuwsblad op TikTok ...)








Op een ander medium (de radio, de krant ...)

- Een ander nieuwskanaal: (4)

- Ik volg het nieuws niet in mijn vrije tijd. (5)

Vraag 21: Wat vind je van Karrewiet? Kies per onderdeel voor het antwoord dat het meest bij jou past.

Gebruik je Karrewiet niet op een platform (bv. op TikTok of Instagram)? Dan mag je 'niet van toepassing' aanduiden. **karrewiet**

						
	Helemaal niet leuk	Niet leuk	Soms leuk, soms niet leuk	Leuk	Heel leuk	Niet van toepassing
Karrewiet op televisie karrewiet_1	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Website van Karrewiet (op Ketnet.be) karrewiet_2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Karrewiet op Instagram karrewiet_3	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Karrewiet op TikTok karrewiet_4	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De presentatoren van Karrewiet karrewiet_5 (Meryem, Maurane, Jelle en Annabet)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
						
Andere kinderen aan het woord bij Karrewiet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
 Karrewiet_6	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Super! Je hebt het einde van de vragenlijst bereikt.

We willen we je enorm bedanken om deel te nemen aan het onderzoek.

Zit je ergens mee? Heb je vragen of opmerkingen? Dan mag je dat steeds met de onderzoeker of jouw leerkracht bespreken. Mocht je achteraf vragen hebben, dan kan je steeds een mailtje sturen naar lise.rymenants@student.kuleuven.be of naar rozane.decock@kuleuven.be. Je kan die contactgegevens ook terugvinden op de toestemmingsbrief die je aan het begin van het onderzoek ondertekende.

9.2 Geïnfomeerde toestemming ouders

Geïnfomeerde toestemming ouders leerlingen

Titel van het onderzoek: Nieuwsgebruik bij kinderen.

Naam + contactgegevens promotor en onderzoeker(s):

Lise Rymenants, lise.rymenants@student.kuleuven.be

Prof. dr. Rozane De Cock, rozane.decock@kuleuven.be

Doel en methodologie van het onderzoek:

Lagere school: vragenlijst

Duur van het onderzoek:

Tussen een half uur en een lesuur.

- Ik begrijp wat van mijn kind verwacht wordt tijdens dit onderzoek.
- Ik weet dat mijn kind zal deelnemen aan volgende proeven of testen:
 - Het invullen van een vragenlijst (lagere school)
 - Een diepte-interview (leerlingen secundair onderwijs)
- Ik weet dat er risico's of ongemakken kunnen verbonden zijn aan mijn kinds deelname:
 - Er worden vragen gesteld over hoe je kind nieuwsmedia gebruikt. Misschien zal je kind vermelden welke zaken uit het nieuws er met wie worden besproken. Je kind mag zelf kiezen wat hij of zij wil delen met de onderzoeker en wat hij of zij liever voor zichzelf houdt.
- Ikzelf of anderen kunnen baat bij dit onderzoek hebben op volgende wijze:
 - Het onderzoek zal leiden tot meer kennis en inzichten die goed kunnen zijn voor de samenleving.
- Ik weet dat er geen beloning of compensatie gekoppeld is aan mijn kinds deelname aan het onderzoek.
- Ik begrijp dat mijn kind vrijwillig deelneemt aan het onderzoek en ik mijn kind vrijwillig deze toestemming geef. Ik heb het recht om de deelname op elk moment stop te zetten. Ik hoef daarvoor geen reden te geven. Er is geen enkel negatief gevolg wanneer ik of mijn kind niet langer wil deelnemen aan het onderzoek. Ik kan ook altijd vragen om de gegevens van mijn kind (zie informatiebrief) niet meer te verwerken of om ze te wissen.
- De resultaten van dit onderzoek kunnen gebruikt worden voor wetenschappelijk doelen en mogen gepubliceerd worden. Mijn naam of die van mijn kind wordt daarbij niet gepubliceerd. We houden in elke stap van dit onderzoek rekening met anonimiteit en de vertrouwelijkheid van de gegevens.

- Als ik of mijn kind op de hoogte wil blijven van de resultaten van dit onderzoek, mag de onderzoeker me contacteren via het volgende e-mailadres:

- Voor vragen of voor de uitoefening van mijn rechten (zie informatiebrief: inzage gegevens, correctie ervan,...) weet ik dat ik na mijn deelname terecht kan bij prof. dr. Rozane De Cock: rozane.decock@kuleuven.be, +32 16 32 30 14.

Meer informatie met betrekking tot privacy in onderzoek kan ik terugvinden op www.kuleuven.be/privacy. Verdere vragen over privacyaspecten kan ik richten tot de data protection officer: dpo@kuleuven.be

- Voor eventuele klachten of andere bezorgdheden omtrent ethische aspecten van deze studie (gekend onder nummer G-2023-6346) kan ik contact opnemen met de Sociaal-Maatschappelijke Ethische Commissie van KU Leuven: smec@kuleuven.be

- Ik weet dat ik bij de volgende persoon terecht kan als ik na het onderzoek ongemakken of moeilijkheden ervaar door de thema's die in het onderzoek aan bod kwamen: prof. dr. Rozane De Cock: rozane.decock@kuleuven.be, +32 16 32 30 14

Ik heb de informatie gelezen, begrepen en heb antwoord gekregen op al mijn vragen over deze studie. Ik geef toestemming voor de deelname van mijn kind.

Datum:

Naam en handtekening ouder(s)/voogd(en)

Naam en handtekening onderzoeker

Naam en handtekening proefpersoon

9.3 Geïnformeerde toestemming respondenten

Geïnformeerde toestemming

Titel van het onderzoek: Nieuwsgebruik bij kinderen.

Naam + contactgegevens promotor en onderzoeker(s):

Lise Rymenants, lise.rymenants@student.kuleuven.be

Prof. dr. Rozane De Cock, rozane.decock@kuleuven.be

Doel en methodologie van het onderzoek:

Lagere school: vragenlijst

Duur van het onderzoek:

Tussen een half uur en een lesuur.

- Ik begrijp wat van mij verwacht wordt tijdens dit onderzoek.
 - Ik weet dat ik zal deelnemen aan volgende proeven of testen:
Invullen van een vragenlijst (lagere school)
 - Ik weet dat er risico's of ongemakken kunnen verbonden zijn aan mijn deelname:
Er worden vragen gesteld over hoe je nieuwsmedia gebruikt. Misschien zal je vermelden welke zaken je er met wie bespreekt. Je mag zelf kiezen wat je wil delen met de onderzoeker en wat je liever voor jezelf houdt.
 - Ikzelf of anderen kunnen baat bij dit onderzoek hebben op volgende wijze:
Het onderzoek zal leiden tot meer kennis en inzichten die goed kunnen zijn voor de samenleving.
 - Ik weet dat er geen beloning of compensatie gekoppeld is aan mijn deelname aan het onderzoek.
 - Ik begrijp dat ik vrijwillig deelneem aan het onderzoek. Ik heb het recht om mijn deelname op elk moment stop te zetten. Ik hoef daarvoor geen reden te geven. Er is geen enkel negatief gevolg wanneer je niet langer wil deelnemen aan het onderzoek. Ik kan ook altijd vragen om mijn gegevens (zie informatiebrief) niet meer te verwerken of om ze te wissen.
 - De resultaten van dit onderzoek kunnen gebruikt worden voor wetenschappelijk doelen en mogen gepubliceerd worden. Mijn naam wordt daarbij niet gepubliceerd. We houden in elke stap van dit onderzoek rekening met anonimiteit en de vertrouwelijkheid van je gegevens.
 - Als ik op de hoogte wil blijven van de resultaten van dit onderzoek, mag de onderzoeker me contacteren via het volgende e-mailadres:
-

- Voor vragen of voor de uitoefening van mijn rechten (zie informatiebrief: inzage gegevens, correctie ervan,...) weet ik dat ik na mijn deelname terecht kan bij prof. dr. Rozane De Cock: rozane.decock@kuleuven.be, +32 16 32 30 14.

Meer informatie met betrekking tot privacy in onderzoek kan ik terugvinden op www.kuleuven.be/privacy. Verdere vragen over privacyaspecten kan ik richten tot de data protection officer: dpo@kuleuven.be

- Voor eventuele klachten of andere bezorgdheden omtrent ethische aspecten van deze studie (gekend onder nummer G-2023-6346) kan ik contact opnemen met de Sociaal-Maatschappelijke Ethische Commissie van KU Leuven: smec@kuleuven.be.
- Ik weet dat ik bij de volgende persoon terecht kan als ik na het onderzoek ongemakken of moeilijkheden ervaar door de thema's die in het onderzoek aan bod kwamen: prof. dr. Rozane De Cock: Rozane.DeCock@kuleuven.be, +32 16 32 30 14

Ik heb de informatie gelezen en begrepen en heb antwoord gekregen op al mijn vragen over deze studie. Ik stem in om deel te nemen.

Datum:

Naam en handtekening proefpersoon

Naam en handtekening onderzoeker

9.4 Informatiebrief ouders

INFORMATIE OVER DE VERWERKING VAN PERSOONSgegevens

Deze brief gaat over het onderzoek “Nieuwsgebruik bij kinderen”. Wanneer je kind deelneemt aan dit onderzoek, verzamelen en verwerken we enkele van zijn of haar persoonlijke gegevens zoals de leeftijd en school. Deze verwerking zal gebeuren volgens de richtlijnen van de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG). In deze brief geven we je graag meer informatie over hoe we de verzamelde gegevens zullen gebruiken en bewaren.

Gebruik van de persoonsgegevens van je kind

We vragen en verwerken enkel gegevens die we nodig hebben om het onderzoek goed uit te kunnen voeren. Dit onderzoek is er enkel op gericht om het nieuwsgebruik van kinderen te bevragen. De verzamelde gegevens kunnen ook opnieuw gebruikt worden in het kader van toekomstig wetenschappelijk onderzoek.

De gegevens zullen in het kader van dit onderzoek gepseudonimiseerd worden. Dat wil zeggen dat gegevens die de identiteit van uw kind duidelijk kunnen maken (zoals de naam en leeftijd), losgekoppeld worden van de andere gegevens (de antwoorden die hij/zij geeft op vragen tijdens het interview). In plaats van de gegevens die de identiteit duidelijk kunnen maken, hanteren we een unieke en willekeurige code. Zo is het niet langer mogelijk om meteen te achterhalen welke gegevens van welke specifieke persoon afkomstig zijn. Enkel de onderzoekers kunnen via de unieke code de gegevens linken aan een specifieke persoon. Dat zal enkel in uitzonderlijke gevallen gebeuren, bijvoorbeeld wanneer de onderzoekers de gegevens willen inkijken, veranderen of wissen. In de artikels of andere publicaties over dit onderzoek zal de identiteit van uw kind nooit duidelijk gemaakt worden.

De wet zegt dat gegevens kunnen bevroegd worden vanuit een algemeen maatschappelijk belang. Aan die voorwaarde beantwoordt huidig onderzoek, aangezien het zal leiden tot meer kennis en inzicht die de maatschappij (direct of indirect) ten goede komt. De gegevens zullen bovendien door de onderzoekers tot 10 jaar na afloop van het onderzoek bewaard worden op een beveiligde opslagplaats van KU Leuven. Na deze periode zullen de persoonsgegevens definitief verwijderd worden als ze niet meer noodzakelijk zijn voor de uitvoering van het onderzoek.

Je rechten

Je hebt steeds het recht om meer informatie te vragen over het gebruik van de gegevens van je kind. Ook je kind kan dat doen, wat we zowel mondeling als schriftelijk meedelen. Daarnaast kan je kind beroep doen op het recht van inzage, het recht op verbetering (rectificatie) en het recht op het wissen van de gegevens als deze rechten de doelen van het onderzoek niet onmogelijk maken of ernstig belemmeren.

Als je op één van deze rechten beroep wil doen, kan je contact opnemen met de onderzoekers via onderstaande contactgegevens.

Contactgegevens

KU Leuven is de verwerkingsverantwoordelijke in het kader van dit onderzoek. Meer specifiek zullen enkel de onderzoeker Prof. dr. Rozane De Cock en masterstudent Lise Rymanants toegang hebben tot de verzamelde persoonsgegevens. Heb je vragen over dit onderzoek, zoals de verwerking van die gegevens? Dan kan je contact opnemen met Prof. dr. Rozane De Cock via Rozane.DeCock@kuleuven.be en/of +32 16 32 30 14.

Voor verdere vragen en bedenkingen over de verwerking van de persoonsgegevens kan je contact opnemen met Toon Boon, de functionaris voor gegevensbescherming voor wetenschappelijk onderzoek van KU Leuven (dpo@kuleuven.be). Daar moet je verduidelijken om welk onderzoek het gaat door de titel en de namen van de onderzoekers te vermelden.

Heb je, na contact te hebben opgenomen met de functionaris voor gegevensbescherming, een klacht over hoe je informatie wordt behandeld? Dan kan je terecht bij de Belgische Gegevensbeschermingsautoriteit (www.gegevensbeschermingsautoriteit.be).

9.5 Informatiebrief respondenten

INFORMATIE OVER DE VERWERKING VAN JOUW PERSOONSgegevens

Deze brief gaat over het onderzoek “Nieuwsgebruik bij kinderen”. Als je deelneemt aan dit onderzoek, verzamelen en verwerken we enkele van je persoonlijke gegevens zoals je leeftijd en de provincie van je school. Deze verwerking zal gebeuren volgens de richtlijnen van de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG). In deze brief geven we je graag meer informatie over hoe we de gegevens zullen gebruiken en bewaren.

Gebruik van jouw persoonsgegevens

We vragen en verwerken enkel gegevens die we nodig hebben om het onderzoek goed uit te kunnen voeren. Dit onderzoek is gericht op het nieuwsgebruik van kinderen tussen tien en twaalf jaar. De verzamelde gegevens kunnen ook opnieuw gebruikt worden in het kader van toekomstig wetenschappelijk onderzoek.

Jouw gegevens zullen in dit onderzoek gepseudonimiseerd worden. Dat wil zeggen dat gegevens die je identiteit duidelijk kunnen maken (zoals je naam en leeftijd) worden losgekoppeld van de andere gegevens van het onderzoek (de antwoorden die je geeft op vragen tijdens het interview). In plaats van de gegevens die je identiteit duidelijk kunnen maken, gebruiken we een unieke en willekeurige code. Op deze manier is het niet langer onmiddellijk zichtbaar welke gegevens van welke specifieke persoon afkomstig zijn. Enkel de onderzoeker kan via een unieke code de gegevens linken aan een specifieke persoon. Dat zal enkel in uitzonderlijke gevallen gebeuren, bijvoorbeeld wanneer je zelf je gegevens wil inkijken, veranderen of wissen. Ook uit de artikels of andere publicaties over dit onderzoek zal jouw identiteit nooit duidelijk worden.

De wet zegt dat gegevens kunnen bevroegd worden als dat in het algemeen belang is. Dit onderzoek is in het algemeen belang omdat het zal leiden tot meer kennis en inzichten die goed zijn voor de maatschappij.

Jouw gegevens zullen door de onderzoekers tot 10 jaar na afloop van het onderzoek bewaard worden op een beveiligde opslagplaats van KU Leuven. Na deze periode zullen de persoonsgegevens definitief verwijderd worden als ze niet meer noodzakelijk zijn voor de uitvoering van het onderzoek.

Jouw rechten

Je hebt steeds het recht om meer informatie te vragen over het gebruik van jouw gegevens. Daarnaast kan je beroep doen op het recht van inzage, het recht op verbetering (rectificatie) en het recht op het wissen van je gegevens als deze rechten de doelen van het onderzoek niet onmogelijk maken of ernstig verstoren.

Als je op één van deze rechten beroep wil doen, kan je contact opnemen met de onderzoekers via de contactgegevens aan het einde van deze brief.

Contactgegevens

KU Leuven is de verwerkingsverantwoordelijke in het kader van dit onderzoek. Meer specifiek zullen enkel Prof. dr. Rozane De Cock en masterstudent Lise Rymenants toegang hebben tot uw persoonsgegevens. Heb je vragen over dit onderzoek, zoals de verwerking van uw persoonsgegevens? Dan kan je met hen contact opnemen via Rozane.DeCock@kuleuven.be, +32 16 32 30 14.

Voor verdere vragen en bedenkingen over de verwerking van je persoonsgegevens kan je contact opnemen met Toon Boon, de functionaris voor gegevensbescherming voor wetenschappelijk onderzoek van KU Leuven (dpo@kuleuven.be). Hier moet je verduidelijken om welk onderzoek het gaat door de titel en de namen van de onderzoekers te vermelden.

Heb je, na contact opgenomen te hebben met de functionaris voor gegevensbescherming, een klacht over hoe je informatie behandeld wordt? Dan kan je terecht bij de Belgische Gegevensbeschermingsautoriteit (www.gegevensbeschermingsautoriteit.be).