

## De invloed van burgerbronnen in het nieuws

Dit rapport beschrijft de resultaten van de vragenlijst rond burgerbronnen in het nieuws die u invulde in januari 2017. Namens de Universiteit Antwerpen en de onderzoeksgroep Media, Middenveld en Politiek (M<sup>2</sup>P) zouden we u nogmaals willen bedanken voor uw deelname. In totaal namen 2,247 Vlamingen deel aan het onderzoek. 71% van de deelnemers was mannelijk, 29% vrouwelijk. De deelnemers waren gemiddeld 54 jaar oud.

De gewone man in de straat komt zo goed als dagelijks aan het woord in het Vlaamse televisienieuws. Zulke (meestal) korte interviews die een opinie of persoonlijke ervaring van een burger bevatten worden 'vox pops' genoemd. In academisch onderzoek en in de journalistieke praktijk krijgen vox pops veel minder aandacht dan andere nieuwsbronnen zoals experts. Vox pops zijn echter interessant om te onderzoeken omdat journalisten bij deze burgerbronnen veel vrijheid hebben om te selecteren wie aan het woord komt in het nieuws. Het doel van dit onderzoek is achterhalen of er een verschil is in de invloed van gewone mensen (vox pops) versus expertbronnen op percepties van het publiek. Daarnaast wilt dit onderzoek nagaan of vox pops negatiever worden beoordeeld dan andere nieuwsbronnen met meer autoriteit, in dit geval een expert. Op deze manier kan een bewustzijn gecreëerd worden over de mogelijke invloed van eigenschappen van berichtgeving en journalistieke keuzes op het publiek.

### **Methode**

Voor dit experiment werden verschillende televisienieuwsberichten gemaakt. Als respondent kreeg u een filmfragment te zien dat ging over een discussie in het Vlaams parlement over de keuze tussen investeren in gewestwegen of fietsinfrastructuur. Het getoonde filmpje was geen nieuwsbericht dat echt werd uitgezonden op het VRT-journaal maar was speciaal gemaakt voor dit onderzoek. Niet alle deelnemers aan mijn bevraging kregen hetzelfde filmpje te zien, zo kon ik nagaan of verschillende versies van het filmpje met gewone mensen of een expertbron een verschil maken.

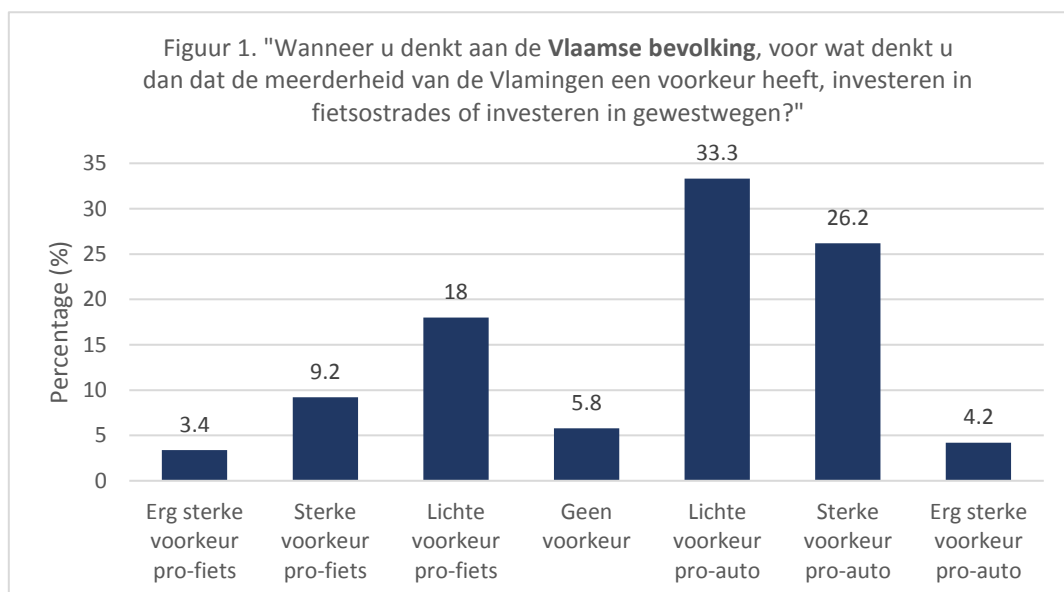
Na de inleidende tekst in het nieuwsbericht werd één van twee soorten bronnen getoond in het nieuwsbericht, ofwel een expert van de Vlaamse Stichting Verkeerskunde, ofwel vier vox pops (interviews met de man/vrouw in de straat). De richting van de opinie (investeren in fietsostrades/pro-fiets versus investeren in gewestwegen/pro-auto) van de vox pops dan wel de expert verschilde per nieuwsbericht.

Na het bekijken van het filmpje volgden een aantal vragen over het nieuwsbericht. Eerst werd uw beoordeling van het nieuwsbericht gemeten. Daarnaast werd bevestigd wat u dacht dat de mening van de meerderheid van de Vlamingen over het onderwerp was (perceptie publieke opinie, gaande van 1= erg sterke voorkeur pro-fiets tot 7= erg sterke voorkeur pro-auto). Tot slot werd uw persoonlijke mening over investeren in fietsstrades of gewestwegen bevestigd (gaande van 1= erg sterke voorkeur pro-fiets tot 7= erg sterke voorkeur pro-auto). Deze drie vragen waren de belangrijkste vragen in de vragenlijst. Op het einde van de survey volgden een aantal vragen over uw fiets- en autogebruik, geslacht en leeftijd.

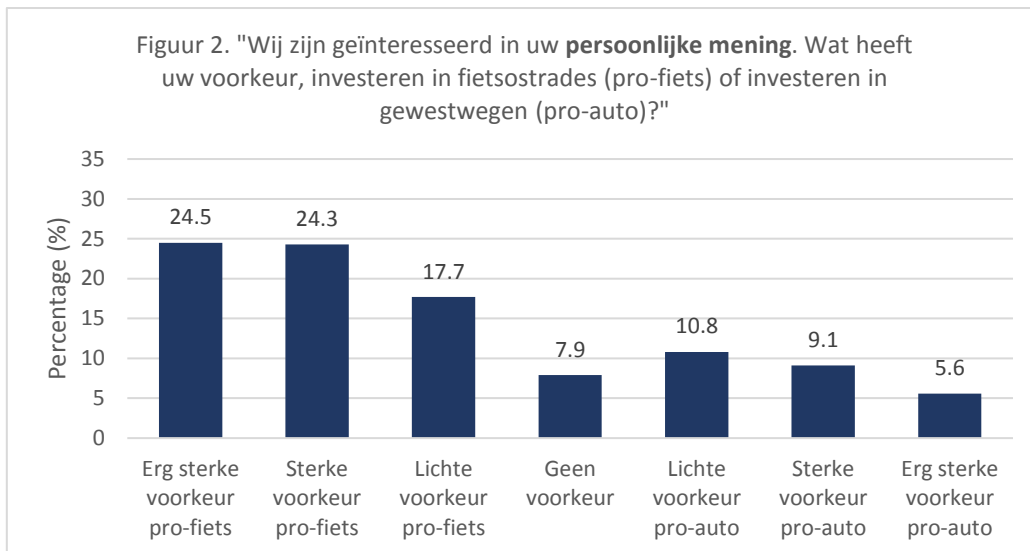
## Resultaten

### Percepties publieke opinie rond investeringen in verkeersinfrastructuur

Om te beginnen werd gevraagd naar de perceptie van wat de rest van Vlaanderen denkt over het onderwerp. Wanneer we kijken naar wat de deelnemers van het onderzoek denken wat de voorkeur van de meerderheid van de Vlaamse bevolking is, zien we in figuur 1 dat de meerderheid van de deelnemers denkt dat de Vlaamse bevolking een voorkeur heeft voor investeren in gewestwegen. 63.7% van de deelnemers geeft aan dat de Vlaamse bevolking een voorkeur heeft voor investeren in gewestwegen (pro-auto). 5,8% van de deelnemers geeft aan geen voorkeur te hebben en 30,6% denkt dat de Vlaamse bevolking een voorkeur heeft voor investeren in fietsstrades (pro-fiets).

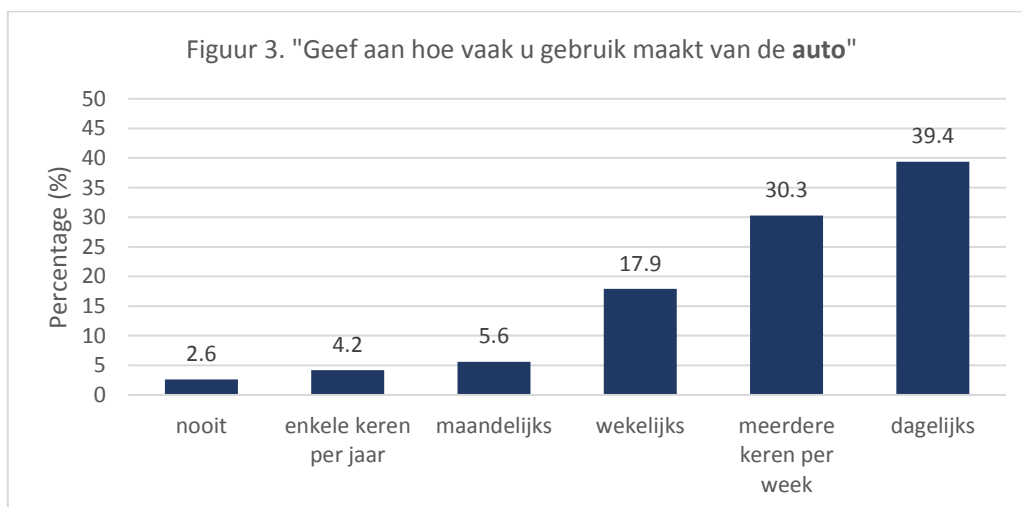


Daarnaast werd de eigen voorkeur van de deelnemers rond investeren in fietsstrades of gewestwegen bevestigd. In figuur 2 is duidelijk te zien dat de meerderheid van de deelnemers een sterke tot zeer sterke voorkeur heeft voor investeren in fietsstrades (48,8%). Nog eens 17,7% geeft aan een lichte voorkeur te hebben voor investeren in fietsstrades en 7,9% heeft geen voorkeur. Een minderheid van de deelnemers geeft aan een voorkeur te hebben voor investeringen in gewestwegen (25.5%).

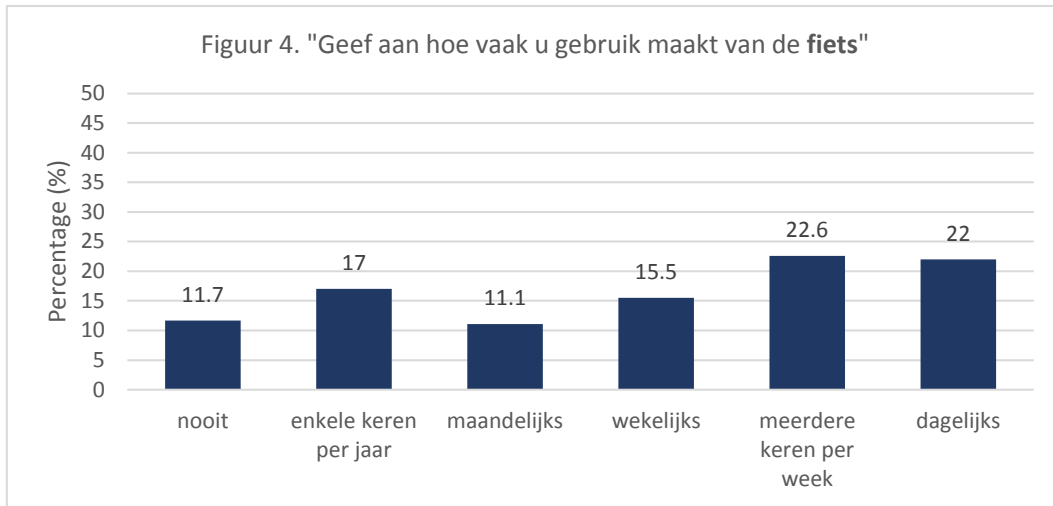


### Gebruik fiets en auto

Naast uw mening over het onderwerp werd ook uw gebruik van zowel de auto als de fiets gemeten. In figuur 3 is te zien dat de meeste deelnemers dagelijks (39,4%) tot meerdere keren per week (30,3%) de auto gebruiken. Slechts een kleine minderheid van de deelnemers gebruikt de auto enkele keren per jaar (4,2%). 2,6% van de deelnemers maakt nooit gebruik van de auto als vervoersmiddel.

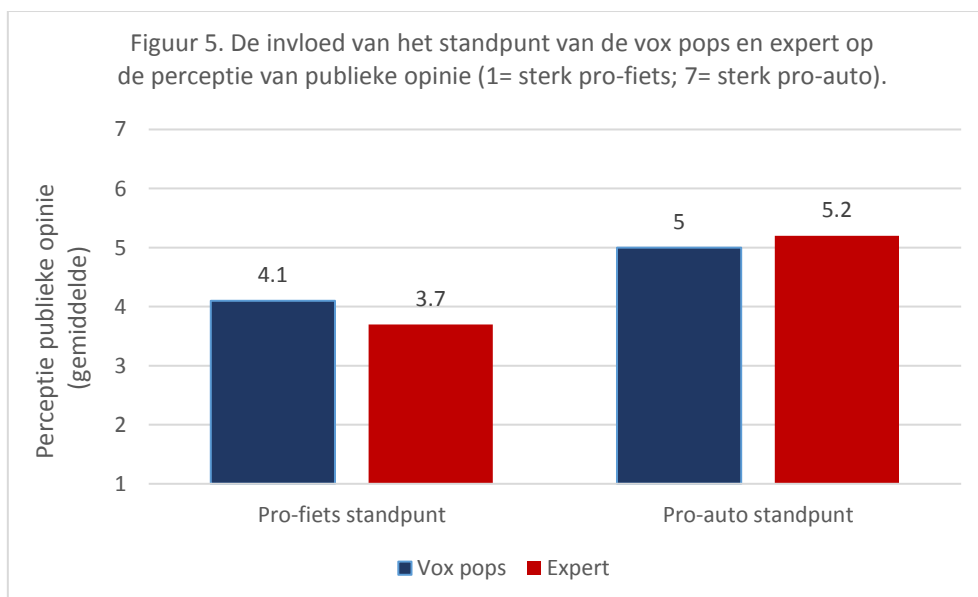


Met betrekking tot fietsgebruik is een ander patroon te zien (figuur 4). Waar de grote meerderheid van de deelnemers de auto regelmatig gebruikt, zijn de resultaten voor fietsgebruik meer verdeeld. 22% van de deelnemers gebruikt dagelijks de fiets, 22,6% meermaals per week en 15,5% wekelijks. 17% van de deelnemers geeft aan de fiets slechts enkele keren per jaar te gebruiken en 11,7% verplaatst zich nooit met de fiets. De auto is dus een veel populairder vervoersmiddel dan de fiets bij de deelnemers.

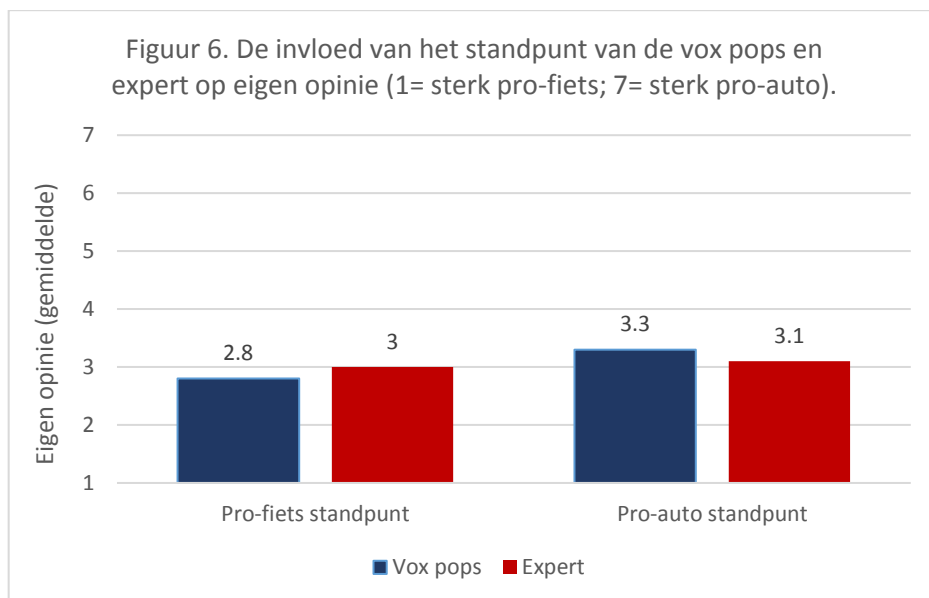


### De invloed van het standpunt van de vox pops en de expert

In dit onderzoek werd ook nagegaan of het standpunt van de expert of vox pops een invloed heeft op de percepties van wat de rest van de Vlaamse bevolking over de kwestie denkt (perceptie van publieke opinie). Over het algemeen is het zo dat deelnemers gemiddeld gezien beïnvloed worden in de richting van het standpunt dat ze te zien kregen, ongeacht of het gezegd werd door een expert of vox pops (zie ook figuur 5). Vox pops zijn een vertegenwoordiging van het publiek in het nieuws, dus de verwachting is dat zij een grotere invloed hebben op percepties over de hele bevolking dan een expert. Dit blijkt echter niet zo te zijn, de deelnemers worden net meer beïnvloed door de expert dan door de vox pops. Wanneer deelnemers een expert met een voorkeur pro-fiets te zien kregen, geven ze aan dat de Vlaamse bevolking meer pro-fiets is dan wanneer ze vier vox pops pro-fiets te zien kregen. Dit wordt duidelijk door de lagere score op de schaal van 7 punten: hoe lager de waarde, hoe meer pro-fiets de deelnemers zijn. Wanneer ze een expert pro-auto te zien kregen, zien ze de Vlaamse bevolking als meer pro-auto dan wanneer ze vier vox pops pro-auto te zien kregen. Hoe hoger de waarde, hoe meer pro-auto de deelnemers zijn na blootstelling aan het nieuwsbericht.

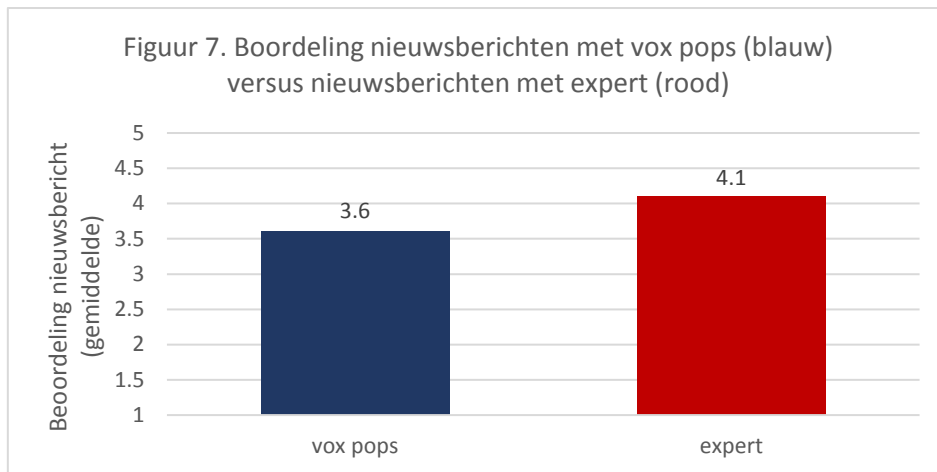


Hebben vox pops dan wel een grotere invloed dan de expert op de eigen voorkeur van het publiek? In figuur 6 is te zien dat respondenten die werden blootgesteld aan een standpunt pro investeren in fietsostrades waren later meer pro-fiets zijn dan respondenten die een standpunt pro-gewestwegen (pro-auto) zagen. Respondenten die een standpunt pro-auto zagen hebben naderhand zelf ook een grotere voorkeur voor investeren in gewestwegen. In figuur 6 zien we dat dit verschil groter is bij de vox pops (blauwe balk) dan bij de expert (rode balk). De uitspraken van de expert hebben dus een kleinere invloed op de persoonlijke voorkeur van het publiek dan de uitspraken van de vox pops. De deelnemers zijn zelf meer pro-fiets wanneer ze pro-fiets vox pops te zien kregen dan wanneer ze een expert zagen die pro-fiets was (lagere score op de schaal). Wat de vox pops zeggen heeft dus een sterkere invloed op wat kijkers zelf over een bepaalde kwestie denken dan uitspraken van een expert. Terwijl een expert een grotere invloed heeft op wat mensen denken dat de meerderheid van de bevolking denkt, hebben vox pops een grotere invloed op de eigen voorkeur van mensen.



### Beoordeling van de expert en de vox pops

Het eigen standpunt van het publiek wordt dus meer beïnvloed door de vox pops dan door de expert. Dit roept echter de vraag op of mensen ook positiever staan tegenover de vox pops of dat ze de voorkeur geven aan de expertbron. Om dit te meten werd de attitude tegenover het nieuwsbericht gemeten, waarbij deelnemers het nieuwsbericht moesten beoordelen op een aantal eigenschappen (bijv. kwaliteitsvol-nuttig-aangenaam-vervelend) op een schaal gaande van één tot vijf. De conclusie is dat nieuwsberichten met de expert over het algemeen positiever worden beoordeeld dan nieuwsberichten met vox pops (figuur 7). De nieuwsberichten met een expert krijgen gemiddeld een 4,1 op 5, terwijl nieuwsberichten met de vox pops slechts een 3,6 op 5 krijgen.



## Conclusie

De deelnemers aan het onderzoek hebben een grotere voorkeur voor investeren in fietsostrades dan voor investeren in gewestwegen. De bevinding voor de gepercipieerde opinie van de Vlaamse bevolking is omgekeerd, met de perceptie onder de deelnemers dat de Vlaamse bevolking eerder een voorkeur heeft voor investeren in gewestwegen. De auto is een veel populairder vervoersmiddel dan de fiets bij de deelnemers van dit onderzoek.

De filmpjes die gebruikt werden in het experiment blijken een invloed te hebben. Het standpunt dat getoond wordt in een nieuwsbericht is belangrijk. Als een eenzijdig standpunt wordt getoond in een nieuwsbericht worden mensen beïnvloed in de richting van dat standpunt, en dit zowel bij experten als vox pops. Wanneer het gaat over percepties van de voorkeur van de Vlaamse bevolking hebben de experten een grotere invloed. Wanneer het gaat om de eigen voorkeur van de deelnemers hebben de standpunten van de vox pops echter een grotere invloed. Tot slot vinden dat nieuwsberichten met vox pops als negatiever worden beoordeeld dan nieuwsberichten met een expert.

Deze resultaten hebben een aantal gevolgen. De meeste mensen halen hun informatie over wat de rest van Vlaanderen denkt uit de nieuwsmedia. Het is moeilijk om een idee te krijgen van 'de opinie' die leeft onder de bevolking. Mensen baseren zich daarbij onder andere op de bronnen die ze in het nieuws zien. Uit dit onderzoek blijkt dat zowel vox pops als experten een invloed kunnen hebben op wat mensen denken dat de rest van de bevolking over een kwestie denkt en op hun eigen standpunt. Vaak wordt ervan uitgegaan dat vox pops geen inhoudelijke bijdrage leveren aan een nieuwsbericht maar louter ter 'verluchting' en voor hun persoonlijke getuigenis worden gebruikt. Het blijkt nu echter dat de invloed van vox pops op de eigen opinie van mensen groter is dan die van experten in het nieuws. Dit resultaat is belangrijk, aangezien journalisten bij vox pops de controle hebben over welke standpunten in het nieuws verschijnen en welke niet. Journalisten moeten zich bewust zijn van het feit dat vox pops veel invloed hebben, zelfs meer dan experten in het nieuws. Bovendien worden vox pops als nieuwsbron negatiever beoordeeld door het publiek.

Contact: [kathleen.beckers2@uantwerpen.be](mailto:kathleen.beckers2@uantwerpen.be)