

## Rapport voor deelnemers M<sup>2</sup>P burgerpanel

### Weergaven van publieke opinie in het nieuws en hun invloed op het publiek

Dit rapport beschrijft de resultaten van een onderzoek over weergaven van publieke opinie in het nieuws. U vulde de vragenlijst in in september 2018. Namens de onderzoeksgroep Media, Middenveld en Politiek (M<sup>2</sup>P) van de Universiteit Antwerpen zouden we u nogmaals hartelijk willen bedanken voor uw deelname. In totaal namen 1.209 Vlamingen deel aan deze studie. 75% van de deelnemers was mannelijk, 25% vrouwelijk. De deelnemers waren gemiddeld 56 jaar oud.

Journalisten beschikken over verschillende manieren om de publieke opinie weer te geven in het nieuws. Opiniepeilingen en voxpops—interviews met de gewone man of vrouw in de straat—zijn waarschijnlijk de meest gekende weergaven van het publiek in het nieuws. Er is echter weinig geweten over hoe deze weergaven van de publieke opinie zich tot elkaar verhouden in de invloed die ze hebben op het publiek. Het doel van dit onderzoek was dus om na te gaan in welke mate deze weergaven van publieke opinie mensen hun perceptie over wat de rest van de bevolking denkt over een kwestie beïnvloeden.

De effecten van voxpops in het nieuws werden reeds vastgesteld in voorgaand onderzoek. Dit is opmerkelijk, aangezien voxpops slechts een steekproef van de bevolking zijn en dus geen goede weergave van het publiek kunnen zijn. Er is echter niet geweten of deze voxpops ook in staat zijn om het effect van andere, meer valide publieke-opiniedata teniet te doen. Dit onderzoek wilde leiden tot meer begrip van wanneer en hoe voxpops en opiniepeilingen een invloed hebben op de percepties van het publiek. Naast het aanpakken van verschillende lacunes in het onderzoeksveld zal dit onderzoek journalisten helpen om het publiek op een betere en meer inzichtelijke manier te informeren over publieke opinie.

### Methode

Voor dit experiment werden verschillende krantennieuwsberichten gemaakt. Als respondent kreeg u twee nieuwsberichten te zien. Een van de nieuwsberichten ging over Brexit-onderhandelingen (meer bepaald de keuze tussen een zachte of harde Brexit), het andere over elektrische mobiliteit (investeringen in elektrische wagens). De volgorde van de twee nieuwsberichten werd op toevallige basis bepaald. De getoonde nieuwsberichten waren speciaal gemaakt voor dit onderzoek. Niet alle deelnemers aan de bevraging kregen dezelfde berichten te zien, zo konden we nagaan of verschillende versies van de nieuwsberichten tot andere percepties van publieke opinie leiden.

Na de inleidende tekst in het nieuwsbericht werd een combinatie van vier voxpops en een opiniepeiling getoond. De peiling gaf aan dat het publiek voor, tegen of verdeeld was over het onderwerp. In de pro-versie stelde de peiling dat ongeveer 75 procent van de bevolking voor het betreffende onderwerp was (investeringen in elektrische auto's of een harde Brexit). In de gebalanceerde versie gaf de peiling aan dat ongeveer 50% voorstander was en in de tegenversie was 75% tegen investeringen in elektrische auto's of een harde Brexit. Ook de voxpops varieerden op deze manier: ofwel gaven alle voxpops een standpunt voor dan wel tegen, ofwel waren ze verdeeld. In de "pro" condities waren alle vier voxpops voor de kwestie (investeringen in elektrische wagens of een harde Brexit). In de gebalanceerde versie waren twee van de voxpops voorstander en in de "tegen" condities waren alle voxpops tegen. Er waren controlecondities die geen voxpops of opiniepeiling bevatten.

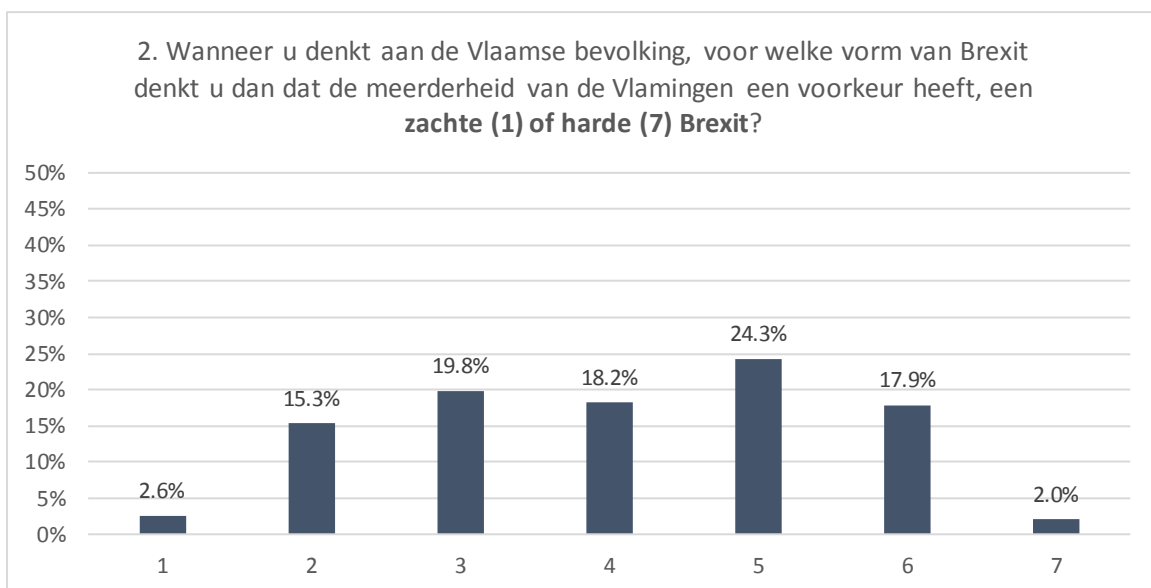
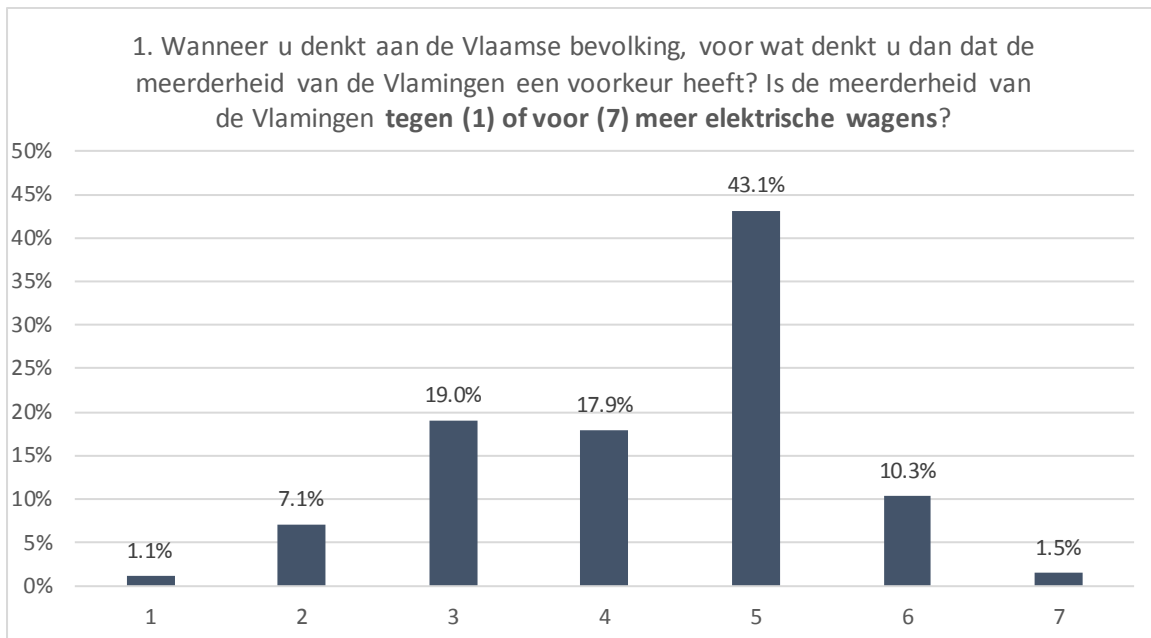
Na het nieuwsbericht volgden een aantal vragen over het artikel. Eerst werd uw beoordeling van het nieuwsbericht gemeten. Daarnaast werd bevraagd wat u dacht wat de mening van de meerderheid van de Vlamingen over het onderwerp was (gepercipieerde publieke opinie, gaande van 1 = de meerderheid van de Vlamingen is tegen elektrische wagens/ een harde Brexit tot 7 = de meerderheid van de Vlamingen is voor elektrische wagens/ een harde Brexit). Deze twee vragen waren de belangrijkste vragen in de vragenlijst. Verder bevroeg de survey uw interesse in de twee onderwerpen, uw algemene politieke interesse, geslacht en leeftijd.

## **Resultaten**

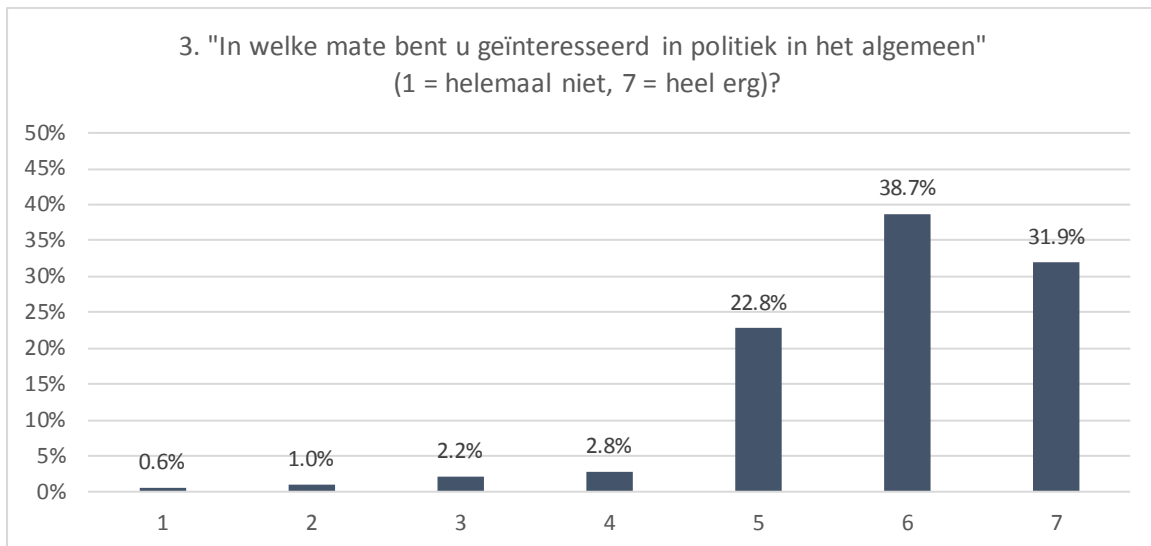
### **Percepties publieke opinie**

#### *Elektrische mobiliteit*

Om te beginnen peilden we naar uw percepties over wat de rest van Vlaanderen denkt over het onderwerp. Met betrekking tot elektrische mobiliteit gaf de grote meerderheid van de deelnemers aan te denken dat de Vlaming een lichte voorkeur heeft voor meer investeringen in elektrische wagens (Figuur 1). Met betrekking tot de Brexit-onderhandelingen waren de meningen meer verdeeld (Figuur 2). Hier zien we een bijna gelijke verdeling van percepties van publieke opinie voor een zachte dan wel harde Brexit. Dit kan erop duiden dat de deelnemers over het algemeen een duidelijker beeld hebben van wat de Vlaamse bevolking denkt over elektromobiliteit in vergelijking met de Brexit-onderhandelingen. Dit lijkt ook weerspiegeld te worden in de interesse voor beide onderwerpen. De deelnemers gaven aan gemiddeld wat meer geïnteresseerd te zijn in de Brexit-onderhandelingen (een score van 3.9 op een schaal van 5) dan in elektromobiliteit (3.6/5).



Naast de percepties over deze twee onderwerpen waren wij ook geïnteresseerd in uw interesse in politiek in het algemeen (Figuur 3). De respondenten van deze survey hebben gemiddeld gezien een hoge politieke interesse. Het overgrote deel van de deelnemers (93.4%) geeft aan een beetje tot heel erg geïnteresseerd te zijn in politiek. 31.9% geeft aan heel erg geïnteresseerd te zijn in politiek. Slechts een erg kleine minderheid geeft aan weinig tot niet geïnteresseerd te zijn in politiek. Dit verklaard waarschijnlijk ook de hogere interesse in de Brexit-onderhandelingen, aangezien dit een puur politiek onderwerp is.



### De invloed van opiniepeilingen en voxpops

De hoofdbedoeling van dit onderzoek was nagaan of de standpunten gegeven door opiniepeilingen en voxpops een invloed hebben op de percepties van wat de rest van de Vlaamse bevolking over de kwestie denkt (gepercipieerde publieke opinie). Over het algemeen is het zo dat deelnemers gemiddeld gezien beïnvloed werden in de richting van het standpunt dat ze te zien kregen, ongeacht of het getoond werd aan de hand van een peiling of dat het verteld werd door voxpops.

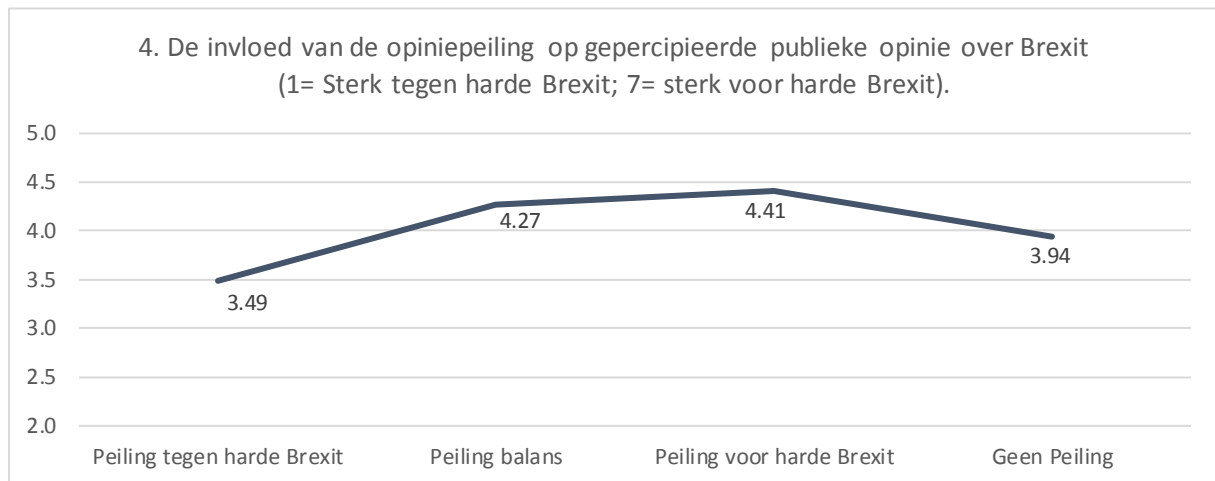
Voorgaand onderzoek concludeerde dat voxpops een grotere rol spelen dan statistische cijfers (zoals peilingen) in het vormen van mensen hun percepties over de publieke opinie. Dit zou het geval zijn omdat voxpops worden gezien als een directe vertegenwoordiging van het publiek in het nieuws en omdat mensen hun standpunten generaliseren naar de volledige bevolking. De verwachting was dus dat zij een grotere invloed hebben op percepties over de bevolking dan een opiniepeiling. Dit blijkt echter niet zo te zijn, de deelnemers worden net meer beïnvloed door de informatie uit de opiniepeiling dan door de voxpops. Er zijn echter een aantal verschillen tussen de twee issues die wij hieronder bespreken.

#### *Brexit-onderhandelingen*

Zoals verwacht, zien we voor de berichten over Brexit de sterkste effecten. We zien in zowel figuur 4 als 5 dat de gepercipieerde publieke opinie het meest tegen een harde Brexit was na blootstelling aan opiniepeilingen/ voxpops tegen een harde Brexit. Een lagere waarde in de grafiek duidt namelijk op een inschatting dat de publieke opinie meer tegen een harde Brexit is. Een omgekeerd effect is te zien bij opiniepeilingen/ voxpops met een standpunt voor een harde Brexit. Wanneer gebalanceerde informatie werd gegeven zien we dat mensen een inschatting van de publieke opinie maken die in het

midden van de twee vorige waarden valt. De deelnemers worden dus beïnvloed door de informatie uit de opiniepeiling en de voxpops bij het vormen van hun beeld over de publieke opinie.

Wanneer we kijken naar de sterkte van de effecten vinden we dat de effecten van de opiniepeiling iets sterker zijn. De resultaten van de opiniepeiling hebben dus een sterkere invloed op wat het publiek denkt over de Vlaamse publieke opinie met betrekking tot Brexit dan uitspraken van voxpops. Zowel voxpops als opiniepeilingen waren echter in staat om de percepties van mensen te sturen in de richting van het standpunt dat ze gaven.

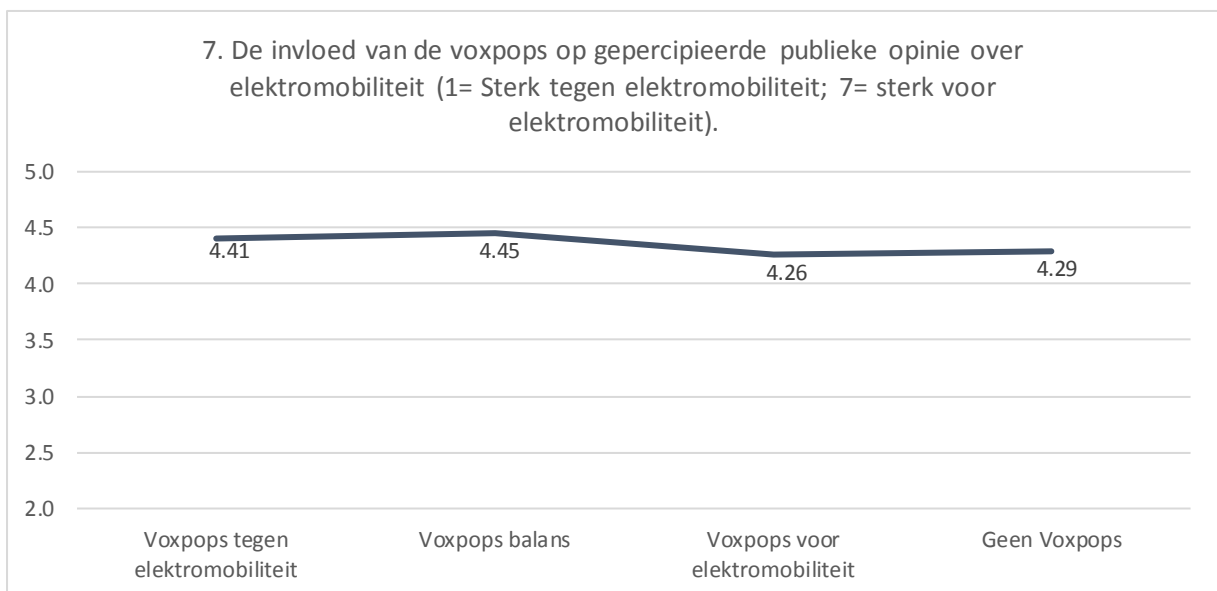
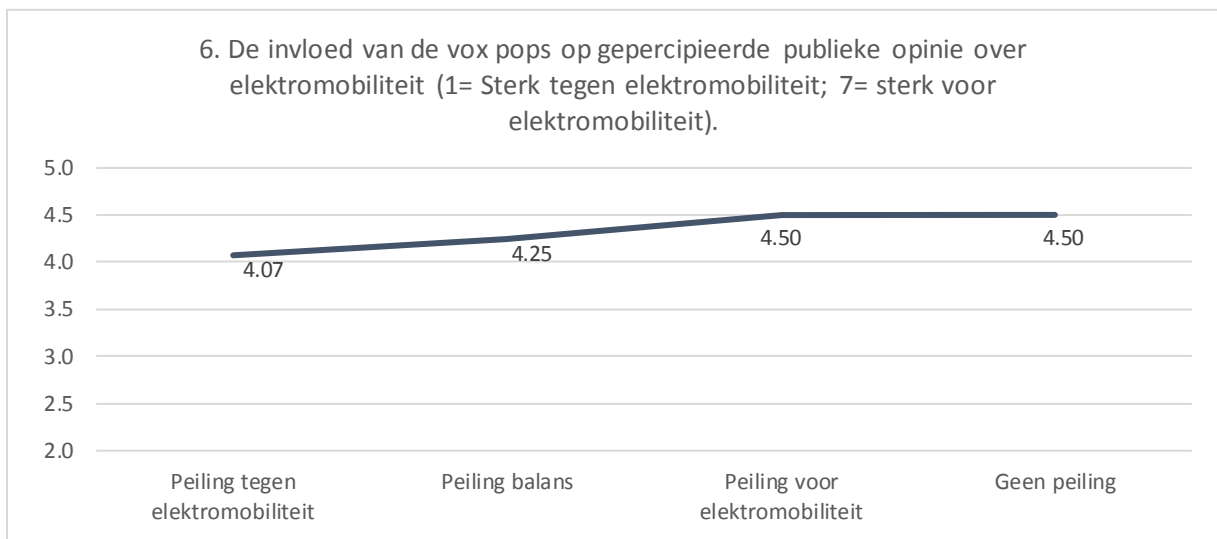


### *Elektromobiliteit*

Voor elektromobiliteit zijn de resultaten over het algemeen minder uitgesproken dan voor de Brexit. We zien kleine verschillen bij de opiniepeilingen (Figuur 6), waar deelnemers die pollresultaten zagen tegen investeringen in elektrische wagens een minder sterke voorkeur voor meer investeringen percipieerden. Tussen nieuwsberichten met een poll voor elektromobiliteit en de nieuwsberichten zonder poll was er geen verschil. Dit kan erop duiden dat mensen voor het experiment al een meer uitgesproken beeld hadden dat de meerderheid van de Vlamingen voor investeren in elektromobiliteit

was, en dat ze daarom niet sterker in die richting werden beïnvloed wanneer ze de pollresultaten zagen.

De standpunten van de getoonde voxpops hadden geen significante invloed op de perceptie van de publieke opinie inzake elektromobiliteit. De deelnemers hadden dezelfde perceptie van de publieke opinie (als gemiddeld met een voorkeur voor meer investeringen in elektromobiliteit), ongeacht de voxpops die ze zagen in het nieuwsbericht.



## Conclusie

Hoe de publieke opinie in het nieuws wordt weergegeven, heeft een invloed op hoe het publiek de publieke opinie inschat. De nieuwsberichten die we gebruikten in het experiment, waarbij verschillende versies van opiniepeilingen en voxpops werden getoond, blijken een invloed te hebben. Wanneer het gaat over percepties van de voorkeur van de Vlaamse bevolking hebben opiniepeilingen een grote invloed, zowel bij de nieuwsberichten over Brexit als deze over elektromobiliteit. De standpunten gegeven door voxpops hadden wel een invloed bij nieuwsberichten over Brexit, maar konden de percepties van deelnemers over elektromobiliteit niet veranderen.

Deze bevindingen lijken waarschijnlijk logisch, maar zijn interessant vanuit academisch oogpunt aangezien voorgaande wetenschappelijke studies vaak concludeerden dat voxpops een grotere invloed hebben op publiekspercepties dan andere informatie over publieke opinie. Dit is problematisch, aangezien vox pops geen goede representatie zijn van de publieke opinie. Eerder onderzoek vergeleek voxpops echter vaak met algemene uitspraken over publieke opinie (bijvoorbeeld: “De meerderheid van de Vlamingen denkt dat ...”). Het lijkt dus dat het geven van expliciete statistische resultaten op basis van een opiniepeiling helpt om de invloed van voxpops in te perken.

Deze resultaten hebben een aantal gevolgen. De meeste mensen halen hun informatie over wat de rest van de bevolking denkt uit de nieuwsmedia. Mensen baseren zich daarbij onder andere op de impliciete (bijv. voxpops) of expliciete (bijv. polls) informatie die ze in het nieuws zien. Deze studie suggereert dat opiniepeilingen onder bepaalde omstandigheden meer dan voxpops een relevante bron lijken voor het publiek om de publieke opinie in te schatten. Wanneer betrouwbare en valide informatie uit peilingen beschikbaar is, kan het gebruiken van deze data in een nieuwsbericht journalisten helpen om een meer valide beeld van de publieke opinie te presenteren.

Journalisten moeten echter altijd voorzichtig zijn bij het weergeven van de publieke opinie in het nieuws en zich bewust zijn van de potentiële invloed van zowel opiniepeilingen als voxpops op het publiek. Omdat onze bevindingen in tegenspraak zijn met veel eerdere studies over de invloed van voxpops in het nieuws, is meer onderzoek nodig om inzicht te krijgen in wanneer andere informatie over publieke opinie het voxpop-effect kan tegengaan.

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